BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KEREANGKA TEORI

2.1 **Tinjauan Pustaka**

2.1.1 Tinjauan Mengenai Komunikasi

2.1.1.1 **Defenisi Komunikasi**

Menurut **Willbur Scram** dalam buku yang ditulis oleh **Tommy Suprapto,** bahwasanya komunikasi yang berarti umum (*commo*) atau bersama. Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commones*) dengan seseorang. Yaitu kita berusaha membagi informasi, idea atau sikap. (Suprapto, 2005 : 5)

Pengertian komunikasi menurut **Carl I Hovland** dalam buku **Deddy Mulyana** adalah:

> "Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (c*ommunikate*)"

Pengertian komunikasi menurut **Karl Erik Rosengren** dalam buku **Deddy Mulyana** adalah:

> "Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih" (Mulyana 2007 : 76)

Defenisi komunikasi menurut **Everett M Rogers** dan **Lawrence Kincaid** dalam buku yang dikarang oleh **Hafied Cangara** adalah sebagai berikut:

> **“**Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam” (Cangara, 2005 : 19)

Defenisi komunikasi menurut **Yosal Iriantara,** bisa dijelaskan sebagai berikut :

> “komunikasi adalah proses penyampaian informasi-informasi, pesan, gagasan-gagasan atau pengertian-pengertian dengan menggunakan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna baik secara verbal maupun non verbal dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian kesepakatan bersama. (Iriantara, 2005 : 1)

Dalam defenisi singkat, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, namun seiring perkembangan zaman dalam berkomunikasi siapapun bisa menjadi komunikator maka dari itu dikenallah istilah partisipan komunikasi.

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia di seluruh dunia, karena dengan berkomunikasi segala maksud dan tujuan seseorang bisa tercapai. Komunikasi tidak hanya menggunakan kata-kata dari mulut saja namun komunikasi pun bisa dilakukan dengan menggunakan berbagai media dan aspek-aspek lain di luar penggunaan kata-kata yang dihasilkan oleh mulut manusia.

2.1.1.2 Unsur – Unsur Komunikasi

Menurut **Harold Laswel** dalam buku **Deddy Mulyana** bahwasanya ada 5 unsur dalam komunikasi:

1. Sumber (*Source*)
2. Pesan (*Message)*
3. Saluran (*Channel*, Media)
4. Penerima (*receiver*)
5. Efek (*effect*) (Mulyana, 2007 : 69-71)

Berikut adalah penjelasan mengenai unsur – unsur komunikasi :

1. Sumber (*source)*

Sumber (source), sering disebut juga pengirim (*sender)*, penyandi (*encoder)*, Komunikator (*communicator)*, pembicara (*speaker)*,atau originator. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara.

2. Pesan *(Message)*

Merupakan seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber (*source*). Menurut **Rudolph F Verderber,** pesan terdiri dari 3 komponen yaitu makna, symbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk / organisasi pesan.

3. Saluran (*Channel*, media)

Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (source) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.saluran pun merujuk pada bentuk pesan cara pesan dan cara penyajian pesan.

4. Penerima (*receiver)*

Nama lain penerima adalah *destination, communicate, decoder,audience, lestener dan interpreter* dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.

5. Efek (*effect)*

Merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. (Mulyana, 2007 : 69-71)

"Poin-poin diatas bersumber pada statement **Harold Laswell** yaitu "cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan" *who says what in which channel to whom with what effect* ?" (Mulyana, 2007 : 69-71)

2.1.1.3 Sifat Komunikasi

Sifat komunikasi menurut **Gerald R Muller** dalam buku karangan **M Budyatna** dan **Nina Mutmainnah,** bahwasanya komunikasi memiliki sifat seperti dibawah ini :

1. Intensional
2. Transaksional
3. Prosesual
4. Simbolik (Budyatna dan Mutmainnah, 2004 : 2.4 -2.8)

Berikut ini penjelasan mengenai sifat komunikasi:

1. Intensional

Maksudnya adalah komunikator dalam menyampaikan pesan kepada pihak lain mempunyai maksud tertentu. Dimana tujuan tersebut adalah mengubah perilaku komunikan untuk berbuat atau tidak berbuat dan menyetujui atau tidak menyetujui sesuatu.

2. Transaksional

Maksudnya adalah pengetahuan yang diperoleh manusia berdasarkan hasil suatu trasaksi.

3. Prosesual

Maksudnya adalah perkataan prose situ sendiri mengandung arti adanya interaksi yang berkesinambungan dari sejumlah besar variabel yang sejalan dengan perubahan yang terjadi di dalam nilai variabel-variabel tersebut.

4. Simbolik

Maksudnya adalah symbol atau ambang berdasarkan konvensi digunakan untuk mewakili sesuatu. (Budyatna dan Mutmainnah, 2004 : 2.4 -2.8)

2.1.1.4 Konteks Komunikasi

Secara luas konteks komunikasi merupakan segala faktor diluar orang-orang yang berkomunikasi. Selain istilah konteks komunikasi yang banyak dikenal luas oleh masyarakat maka dikenal pula level (**Wiseman, Barker, Littlejohn),** Type (**Hybels, Weaver, Wilson),** *situation (***John, Coleman),** *setting (* **Howard, Wiliam),** *kind (***Wayne),** *mode (***Mary, Molefi),** *encourter (***Mary, Margot),** *category (***Stuart)** yang serupa artinya dengan konteks komunikasi.

Menurut **Deddy Mulyana** konteks komunikasi terdiri dari 4 aspek yaitu:'

1.Aspek Fisik

2. Alisas

3. Aspek Sosial

4.Aspek Waktu (Mulyana, 2007 : 77 – 78)

Berikut ini penjelasan mengenai konteks komunikasi:

1. Aspek Fisik

Aspek fisik mencakup iklim, suhu, cuaca, bentuk ruangan,warna dinding, tempat duduk, jumlah peserta komunikasi dan alat untuk menyampaikan.

2. Alisas

Aspek psikologis mencakup sikap,kecederungan, prasangka dan emosi para peserta komunikasi.

3. Aspek Sosial

Aspek sosial mencakup norma kelompok,nilai sosial dan karakteristrik budaya.

4. Aspek Waktu

Aspek waktu mencakup kapan waktu untuk berkomunikasi.(Mulyana, 2007 : 77 – 78)

2.1.1.5 Konseptualisasi Komunikasi

Komunikasi terdiri dari 3 konspetulisasi seperti yang diungkapkan oleh **Wenburg** dan **Wilmot** dalam buku **Deddy Mulyana.** Tiga konseptualisasi itu adalah:

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah
2. Komunikasi Sebagai interaksi
3. Komunikasi Sebagai transaksi

Penjelasan mengaenai Konseptual komunikasi sebagai berikut:

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah

Maksudnya adalah komunikasi merupakan kegiatan menyampaikan pesan dan informasi yang searah dan komunikator kepada komunikannya. Sehingga komunikasi dianggap dimulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir padea penerima, sasaran dan tujuannya.

2. Komunikasi sebagai interaksi

Maksudnya adalah menyetarakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atu aksi-reaksi yang arahnya bergantian. Konseptualisasi ini dipandang lebih dinamis namun masih membedakan para peserta sebagai pengirim dan penerima pesan walaupun peran bisa dilakukan secara bergantian.

3. Komunikasi sebagai transaksi

Maksudnya adalah proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Dalam konseptualisai ini komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain (Mulyana, 2007: 67-76).

2.1.1.6 Fungsi Komunikasi

Menurut pendapat **Rudolph F Verdeber** seperti yang tertera dalam buku **Deddy Mulyana**, bahwasanya fungsi umum dari komunikasi adalah:

1. Fungsi Sosial

Fungsi ini bertujuan untuk kesenangan, menunjukan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan

2. Fungsi Pengambilan Keputusan

Fungsi ini bertujuan untuk memutuskan apakah akan melakukan sesuatu pada suatu saat tertentu (Mulyana 2007: 5)

Lain halnya dengan pandangan **Onong Ochjana Effendi** yang menjelaskan bahwasanya terdapat 4 fungsi dari komunikasi. Fungsi-fungsi tersebut ialah:

1. To Inform

2. To Edecute

3. To Entertain

4. To Influence. (Effendy, 1994: 36)

Penjelasan mengenai fungsi komunikasi sebagai beikut:

1. To Inform
Maksudnya adalah memberikan informasi kepada masyarakat dan memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang trjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain seta segala sesuatu yang disampaikan oleh orang lain.
2. To Edecute
Maksudnya adalah sebagai sarana pendidikan. Bahwasanya dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikiranya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan pengetahuan.
3. To Entertain
Maksudnya adalah komunikasi berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.
4. To Influence
Maksudnya adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi dengan cara saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha mengubah sikap da tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan. (Effendy, 1994: 36)

Menurut perspektif ahli komunikasi yang lain yaitu **William I Gordon** dalam buku **Deddy Mulyana** terdapat 4 fungsi komunikasi yang meliputi:

1. Komunikasi Sosial
2. Komunikasi Ekspresif
3. Komunikasi Ritual
4. Komunikasi Instrumental.(Mulyana . 2007)

Berikut ini penjelasan mengenaifungsi komunikasi menurut **William Gordon:**

1. Komunikasi Sosial
Bahwasanya komunikasi itu penting untuk membangun konsp diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, memperoleh kebahagian, terhindar dari ketegangan dan tekanan, memupuk hubungan dan memperoleh kebahagian.

2. Komunikasi Ekspresif
Bahwasanya komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain namun dapat dilakukan sejauh konunikasi bisa menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan atau emosi kita.

3. Komunikasi Ritual
Bahwasanya komunikasi yang menampilkan komunikasi tertentu yang bersifat simbolik dan berkomitmen untuk kembali pada tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, *idiology* dan agama. Komunikasi ritual ini erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif.

4. Komunikasi Instrumental
Bahwasanya komunikasi ini memiliki beberapa tujuan umum seperti menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, perilaku dan menghibur. Komunikasi sebagai instrumental untuk membangun suatu hubungan begitu pula sebaiknya. Komunikasi sebagai *instrument* berfungsi untuk mencapai tujuan pribadi dan pekerjaan baik yang berjangka pendek atau panjang.(Mulyana . 2007**)**

2.1.1.7 Tujuan Komunikasi

Menurut **Onong Oejana Effendy** tujuan dari komunikasi terdiri dari 4 point, point-point tersebut mencakup:

1. Perubahan Sikap *(Attitude Change)*
2. Perubahan Pendapat *(Opinion Change)*
3. Perubahan Perilaku *(Behavior Change)*
4. Perubahan Sosial *(Sosial Change)* (Effendy, 2004:8)

Adapun dua tujuan komunikasi menurut **Gordon** seperti yang tertera dalam *literature* ilmiah **Nalom Naipospos**. Tujuan-tujuan komunikasi trsebut meliputi:

1. Kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita untuk member makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepanasaran akan lingkungan dan menikmati hidup.
2. Kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai isi yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Naipospos, 2009:50)

2.1.1.8 Bentuk-bentuk Komunikasi

Bentuk-bentuk komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (2003) , diantaranya :

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication)*
2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)
3. Komunikasi Kelompok (*group communication)*
4. Komunikasi Publik (*public communication*)
5. Komunikasi Oganisasi (*Organizational Communication*)
6. Komunikasi Massa (*Mass Commnication*) (Mulyana, 2003)

Berikut merupakan penjelasan dari bentuk – bentuk komunikasi :

1. **Komunikasi Intrapribadi (*Intrapersonal Communication)***

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Contohnya berpikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antar-pribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin ilmu komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan diri-sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dnegan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri

2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusi masih mempunyai emosi.

7. Komunikasi Kelompok (*group communication*)

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian,

komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut".

8. Komunikasi Publik (*public communication*)
Komunikasi publik adalah komuniaksi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

9. Komunikasi Oganisasi (*Organizational Communication*)
Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada 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 horisontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat, juga termasuk gosip .

10. Komunikasi Massa (*Mass Commnication*)
"Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik)"

2.1.2 Tinjauan Mengenai Komunikasi antar Personal

2.1.2.1 Definisi komunikasi antar personal

Komunikasi antar personal yang dikutip oleh **Onong Uchjana Effendy** berdasarkan definisi **Joseph Adipito** adalah:

> "*the process of sending and receifing messages antara beetween two person, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedbacki*".(Proses pengirimaan dan penerimaan pesan-

> pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika *)*.(Effendy, 2002: 73)

Menurut **Deddy Mulyana**, komunikasi antar personal bisa diartikan sebagai :

> "Komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baok secara verbal maupun non verbal"

Dalam buku **Deddy Mulyana** bentuk khuhus dari komunikasi antar personal adalah komunikasi diadik yang hanya melibatkan dua orang saja. Ciri-ciri komunikasi diadik ini adalah sebagai berikut:

1. Pihak-pihak yang berkomunikasi berada jarak yang dekat
2. Pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan sepontan baik verbal dan non verbal (Steawrt L Tubbs dan Sylvya Moss dalam Deddy Mulyana, 2007 : 8)

2.1.2.2 Karakteristik Komunikasi antar Personal

Karakteristik komunikasi antar personal menurut **Judi Pearson** ada 5 yaitu:

1. Komunikasi antar personal dimulai dengan diri pribadi/ self
2. Komunikasi antar personal bersifat transsaksional
3. Komunikasi antar personal mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antar personal
4. Komunikasi antar personal melibatkan pihak-pihak yang saling bergantung satu sama lainnya dalam proses komunikasi
5. Komunikasi antar personal tidak dapat diubah maupun diulang

2.1.2.3 Aspek-aspek Komunikasi antar Personal

Komunikasi antar personal secara langsung atau tatap muka menurut **Hartley** dalam buku **Sarlito Wirawan Sarwono**, memiliki beberapa aspek yaitu:

1. Dalam komunikasi tatap muka ada peran yang harus dijalankan oleh masing-masing pihak.
2. Adanya hubungan dua arah karena terdapat kegitan saling menukar pesan.
3. Komunikasi tidak terbatas pada isi pesannya saja tetapi lebih mengacu kepada arti pesan itu.
4. Adanya atau terlihatnya niat, kehendak dan intensi dari kedua belah pihak.
5. Proses komunikasi antar pribadi secara tatap muka bisa berjalan dalam kaitannya dengan waktu, karena pencapaian saling pengertian secarakognitif membutuhkan waktu. (Sarwono, 1997: 193)

2.1.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Komunikasi antar Personal

Menurut **Jalaludin Rakhmat** komunikasi antar personal bisa dipengaruhi oleh 3 faktor seperti:

1. Persepsi Interpersonal
2. Konsep Diri
3. Aktrasi Interpersonal (Rakhmat, 2008 82)

Berikut merupakan penjelasan Komunikasi antar personal menurut Jalaludin Rakhmat:

1. Persepsi Interpersonal

Persepsi adalah memberikan makna pada stimuli indrawi atau menafsirkan informasi indrawi. Persepsi Interpersonal adalah memberikan makna terhadap stimuli indrawi yang berasal dari seseorang (komunikan) berupa pesan verbal dan non verbal.

2 Konsep Diri

Konsep dari adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Konsep diri sangat menentukan komunikasi antar personal karena faktor-faktor yang melingkupi seperti di bawah ini :

a. Nubuat yang dipenuhi sendiri

Maksudnya adalah setiap orang bertingkah laku sesuai dengan konsep dirinya.

b. Membuka diri

Maksudnya adalah pengetahuan tentang diri kita akan meningkatkan komunikasi dan pada saat yang sama,berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri kita.

c. Percaya Diri

Maksudnya adalah ketakutan untuk melakukan komunikasi atau communication apprehension disebabkan oleh kurangnya rasa percaya diri.

d. Selektivitas

Maksudnya adalah konsep diri akan mempengaruhi pada pesan apa dimana kita bersedia membuka diri (terpaan selektif), bagaimana kita mempersepsi pesan (persepsi selektif) dan apa yang kitaingat (ingatan selektif).selain itu konsep diri juga berpengaruh dalam penyandian pesan (pesan selektif).

4. **Aktrasi Interpersonal**

Antraksi interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang.hal ini mempengruhi komunikasi antar persoanal dalam hal penafsiran pesan,penilaian dan efektifitas komunikasi.

5. **Hubungan Interpersonal**

Hubungan interpersonal dapat diartikan sebai hubungan antara seseorang dengan orang lain. Hubungan interpersonal yang baik akan menumbuhkan derajat keterbukaan orang untuk mengungkapkan dirinya, semakin cermet persepsinya tentang orang lain dan persepsi dirinya sehingga makin efektif komunikasinya. (Rakhmat, 2008 82)

2.1.2.5 Tujuan komunikasi Antar Personal

Sasa Djuarsa Sendjaja menjelaskan tujuan komunikasi antar personal dimana tujuan-tujuan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengenal diri sendiri
2. Untuk mengetahui dunia luar
3. Untuk menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna
4. Untuk mengubah sikap dan perilaku
5. Untuk bermain dan mencari hiburan
6. Untuk membantu orang lain (Sandjaja, 2004 : 5.13 – 5.15)

Tujuan komunikasi antar personal menurut **Josep Adevito** terdiri atas 4 makna yakni :

1. Menyangkut penenmuan diri (personal diskovery). Dimana dengan berkomunikasi kita mampu lebih baik dalam memahami diri sendiri dan orang lain yang kita ajak berbicara.
2. Tujuan kita berkomunikasi adalah berhubungan dengan orang lain, membina dan memelihara hubungan dengan orang lain.
3. Dalam perjumpaan antar pribadi sehari-hari kita berusaha mengubah sikap dan prilaku orang lain.
4. Kita menggunakan banyak berkomunikasi untuk bermain dan menghibur diri (Devito, 1997 : 29 – 32)

2.1.2.6 Efektivitas Komunikasi Antar Personal

Menurut **Joseph A Devito** dalam karya yang di buat oleh **Sasa Djuarsa Sendjaja**, efektifitas komunikasi antar personaldapat dilihat dari 2 perspektif yaitu:

a. Perspektif Humanistic

1. Keterbukaan (*openness)*
2. Prilaku Sportif (*Supportivennes)*
3. Prolaku positif (*positiveneess)*
4. Empati (*Emphaty)* . (Swndjaja, 2004 : 5.23 – 5.32)

Berikut merupakan penjelasan perpektif humasnistic menurut josepth A Devito:

1. Keterbukaan (*Openness)*

Maksudnya adalah kita harus terbuka dengan orang-orang yang berinteraksi dengan kita dan keterbukaan menunjukan pada kemauan kita untuk memberikan tanggapan terhadap orang lain dengan jujur dan terus terang tentang segala sesuatu yang dikatannya.

2. Perilaku Sportif (*Supportiveness*)
Maksudnya adalah dalam menghadapi suatu masalah tidak besikap defensive dimana 3 perilaku yang menimbulkan perilaku sportif adalah deskriptif, spontanitas dan profesonalisme.

3. Prilaku Positif (*positiveness*)
Maksudnya adalah perilaku yang menunjuk paling tidak pada 2 aspek yaitu komunikasi antar personal akan berkembang bila ada pandangan positif pada diri sendiri dan memiliki sikap positif kepada orang lain dalam berbagai situasi komunikasi.

4. Empati (*Empathy)*
Maksudnya adalah bahwa kesamaan mencakup pada dua hal yakni kesamaan di bidang pengalaman diantara para pelaku komunikasi dan kesamaan dalam percakapan diantara para pelaku komunikasi baik dalam hal menerima atau mengirim pesan. . (Swndjaja, 2004 : 5.23 – 5.32)

b. Perspektif Pragmatis yang meliputi :

1. Bersikap Yakin (*Confidence*)
2. Kebersamaan *(immediacy)*
3. Manajemen Transaksi *(Interaction Management*)
4. Prilaku eksppresif (*expresiveness*)
5. Orientasi pada olrang lain *(Other orientation)*

Berikut merupakan penjelasan dari perspektif pragmatis:

1. Bersikap Yakin (*Confidence*)
Maksudnya adalah tidak merasa malu, gugup atau gelisah menghadapi orang lain dalam berbagai situasi komunikasi.

2. Kebersamaan (*immediacy*)
Maksudnya adalah sikap yang dikomunikasikan baik secara verbal dan nonverbal dimana ia memperhatikan dan merasakan kepentingan orang lain.

3. Manajemen Transaksi (*Interaction Management*)
Maksudnya adalah memperlihatkan keterlibatan seseorang secara sungguh-sungguh dalam berinteraksi dengan orang lain dimana ia menggunakan berbagai variasi pesan baik verbal dan non verbal untuk menyampaikan keterlibatan dan perhatiannya pada apa yang sedang dibicarakan.

4. Perilaku Ekspresif (*expresiveness)*
Maksudnya adalah memperlihatkan keterlibatan seseorang seseorang secara sungguh-sungguh dalam berinteraksi dengan orang lain dimana ia menggunakan berbagai variasi pesan baik verbal maupun non verbal untuk menyampaikan keterlibatan dan perhatiannya pada apa yang sedang dibicarakannya.

5. Orientasi pada orang lain *(Other orientation)*
Maksudnya adalah kemampuan seseorang untuk beradaptasi dengan orang lain selama berkomunikasi antar personal. (Swndjaja, 2004 : 5.23 – 5.32)

2.1.3 Tinjauan Tentang Loyalitas

2.1.3.1 Defenisi Loyalitas

Menurut **Ir. Urip Sedyowidodo, MM** ada dua pengertian loyalitas yakni menurut pengusaha :

> “Loyalitas adalah suatu kata yang sangat disukai oleh para pengusaha bila memandang karyawannya. Pengusaha mengartikan loyalitas adalah suatu kesetiaan karyawannya kepada dia, kepada atasan, atau perusahaannya”.

Sedangkan menurut karyawan :

Karyawan merasa asing dengan istilah loyalitas itu, sebagian justru tidak mamandang loyalitas adalah suatu kesetiaan mati kepada perusahaan tempat dimana dia bekerja. Generasi angkatan kerja semakin ke sini, semakin mengenal perusahaan tempat kerja adalah suatu tempat dimana dia hanya harus bekerja dengan baik sesuai peraturan, ada hak – ada kewajiban, tak lebih."[1]

Pengertian loyalitas menurut Gouzali Adam dalam karya ilmiah Ravi ryam ibrani Mengatakan::

Bahwa loyalitas atau kesetian dikatan Tekad dan kesanggupan menaati, melaksanakan dan mengamalkan sesuatu yang dipatuhi dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab. (Ibrani, 2005 : 7)

Menurut Rasimin (1988) yang di kutip dari artikel Masbow menyatakan :

> Loyalitas dapat diartikan dengan kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang diberikan atau ditujukan kepada seseorang atau lembaga, yang didalamnya terdapat rasa cinta dan tanggung jawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku yang terbaik[2]

Anggota ialah bagian tubuh seperti tangan, kaki, dan lain-lain ; bagian dari sesuatu yang berangkai ; orang (badan) yang menjadi bagian atau masuk

---

[1] **http://www.uripsedyowidodo.com/**LOYALITAS PROFES**I/Urip Sedyowidodo/selas** 7,february,2012

[2] www.masbow.www/diposkan oleh masbow/Loyalitas Kerja/ Selasa, 11, 24, 2009

dalam suatu golongan (perserikatan, dewan, panitia, dan sebagainya). (Hoetomo, 2005 : 45)

Dari pengertian di atas penulis memahami bahwa anggota ialah orang yang menjadi bagian dalam sebuah organisasi.

Dari beberapa definisi di atas maka penulis membuat kesimpulan bahwa loyalitas anggota ialah kesetian atau kepatuhan sekumpulan orang yang dibagi menjadi beberapa bagian dalam sebuah perserikatan.

Bertolak dari pendapat rasimin yang terdapat dari artikel masbow tentang psikologi di atas, maka loyalitas dibagi menjadi berikut:

1. Kesetiaan
2. Pengabdian
3. Kepercayaan
4. Rasa Cinta
5. Tanggung jawab

Kesetiaan adalah sikap teguh pada pendirian dan taat pada janji, aturan atau nilai-nilai yang sudah disepakati bersama.

Pengabdian yaitu sumbangan pemikiran dan tenaga secara ikhlas dengan mengutamakan kepentingan umum, di atas kepentingan golongan dan pribadi

Kepercayaan dalam definisi yang lain dinyatakan sebagai keinginan suatu pihak untuk menjadi pasrah/menerima tindakan dari pihak lain berdasarkan pengharapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan sesuatu tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang memberikan kepercayaan, terhadap kemampuan memonitor atau mengendalikan pihak lain.

Cinta adalah sebuah aksi/kegiatan aktif yang dilakukan manusia terhadap objek lain, berupa pengorbanan diri, empati, perhatian, memberikan kasih

sayang, membantu, menuruti perkataan, mengikuti, patuh, dan mau melakukan apapun yang diinginkan objek tersebut.

Tanggung jawab adalah Kesanggupan seorang pegawa/ anggota untuk menyelesaikan pekerjaan yang disarankan kepadanya dengan baik, tepat waktu dan berai mengambil resiko untuk keputusan yang dibuat atau tindakan yang dilakukan.

2.1.4 Tinjauan Tentang Eksistensi

2.1.4.1 Definisi Eksistensi

Menurutnya **Kierkegaard** yang di kutip dari artikel nikrotis (2008):

> eksistensi adalah 'ada' sebagai pribadi manusia yang unik (individual) dan konkret. Manusia pada dasarnya adalah subjek yang bertindak. Manusia adalah seorang pelaku, tak ada yang dapat mengganti tempatku untuk bereksistensi. Dengan kata lain, eksistensi adalah "diri autentik". Hanya manusia yang 'bereksistensi' karena dunia, binatang, dan segala sesuatu yang lain hanya 'ada'. Baginya eksistensi bukan suatu ide atau suatu essensi yang dapat dimanipulasi secara intelektual[3].

Eksistensi adalah suatu kesatuan, kumpulan fakta-fakta, yang tak dapat begitu saja disamakan dengan sejumlah sistem rekonstruksi pemikiran rasional. Artinya, eksistensi mencakup berbagai macam hal dalam sebuah keberadaan. Pemahaman Kierkegaard tentang eksistensi ini dapat dilihat dari pemikirannya tentang manusia paradoks. Manusia secara paradoksal menggabungkan dalam dirinya: yang fana dan yang abadi; yang

[3] http://nikokris2008.multiply.com/Diposkan oleh nikrotis/ September 14, 2008 10:10

terbatas dan tak terbatas; manusia merupakan gerak ke arah Allah, tetapi juga terpisah dari Allah. Manusia merupakan paradoks.

2.1.4.2 Tiga Cara Untuk melakukan eksistensi

Menurut Menurutnya **Kierkegaard** yang di kutip dari artikel nikrotis (2008) eksistensi di bagi 3 yaitu:

1. Sikap estetis (Prototipe sikap estetis adalah 'Don Juan')
'Estetis' berasal dari kata Yunani yang artinya 'mengindrai', 'mencecap'. Pada tingkat ini, individu diombang-ambingkan oleh dorongan-dorongan indrawi dan emosi-emosinya. Mereka menikmati hidup mereka dengan mengejar kesenangan dan kepuasan. Ketakutan pokoknya adalah rasa tidak enak dan kebosanan. Di sini individu 'bereksistensi' dengan ditunjukkan dengan selalu dihadapkan dengan pilihan-pilihan bebas yang mengisi kebebasan mereka. Namun akhirnya, keputusasaan menjadi tahap akhir dari eksistensi estetis ini.

2. Sikap etis (Prototipe sikap etis adalah Sokrates)
Pada langkah ini, manusia memilih untuk mengikuti suatu aturan moral (namun, belum memahami dosa). Hal ini dilakukan dengan membuat pilihan bebas, sebuah 'lompatan eksistensialis. Jadi, tahap ini bukan tahap yang niscaya atau otomatis. Di sini manusia menentukan alasan untuk mencari suatu norma yang akan menuntun kehidupannya sendiri. Pribadi-pribadi tersebut menjadi sungguh tidak yakin akan diri mereka sendiri. Mereka menjadi lemah. Keyakinan intelektual mereka tidak membawa mereka pada kebahagiaan dan kedamaian. Pada akhirnya, mereka berada dalam kepahitan, kecemasan dan bahkan putus asa..

3. Sikap religius (Prototipe sikap religius adalah Abraham)
Pada tahap ini, terjadi suatu pencarian akan suatu bentuk keberadaan manusia yang paling tinggi yang disebut sikap religius. Untuk mencapai sikap religius, manusia harus tidak tergantung pada alasan-alasan ataupun pada perasaan-perasaan. Di sini terjadi komitmen personal, di mana ia mengakui Allah (terjadi 'lompatan iman'). Jika mereka mencari dasar-dasar rasional terhadap eksistensi Allah, jika mereka mencari pembuktian-pembuktian metafisis terhadap keberadaan Allah, mereka telah membawa sikap yang keliru. Mereka harus meninggalkan segala sesuatu dan mencari Allah saja. Ketidakpastian harus diatasi oleh iman yang buta.

2.1.5 Komunikasi Kelompok

2.1.5.1 Definisi Komunikasi kelompok

Komunikasi kelompok menurut Deddy Mulyana dalam bukunya komunikasi suatu pengantar menyatakan sebagai berikut:

> Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut".(mulyana. 2003)

Michael Burgoon dalam Wiryanto, 2005 mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai berikut:

> Komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat.(Wiryanto, 2005)

2.1.5.2 Sistem komunikasi kelompok

Jalaludin Rakhmat dalam bukunya psikologi komunikasi menyatakan Klasifikasi Kelompok dan Pengaruh Kelompok pada Perilaku Komunikasi

> Kelompok dapat diklasifikasikan dalam empat dikotomi, yaitu: primer, sekunder, ingroup-outgroup rujukan-keanggotaan, dan deskriptif-prespektif. Kelompok mempengaruhi perilaku komunikasi dalam 3 hal, yaitu: konformitas, fasilitas sosial, dan polarisasi.

Penelitian Yang di lakukan oleh Philip zimbardo menunjukkan bahwa kelompok berkembang melalui beberapa tahap. Tahap-tahap tersebut adalah: orientasi, konflik, kemunculan (emergence), dan penguatan (reinforcement). Adanya kelompok juga menyebabkan terbentuknya budaya kelompok. Budaya kelompok ini berfungsi untuk: (1) membentuk identitas kelompok, dan (2) memberikan rasa kebersamaan dalam kelompok.

Penelitian menunjukkan bahwa kelompok berkembang melalui beberapa tahap. Tahap-tahap tersebut adalah: orientasi, konflik, kemunculan (emergence), dan penguatan (reinforcement). Adanya kelompok juga menyebabkan terbentuknya budaya kelompok. Budaya kelompok ini berfungsi untuk: (1) membentuk identitas kelompok, dan (2) memberikan rasa kebersamaan dalam kelompok

2.1.5.3 Kelompok dan pengaruhnya pada perilaku komunikasi

Pernyataan yang di kutip dari Jalaludin Rakhmat dalm bukunya psikologi komunikasi menyattakan para psikiater mendapatkan komunikasi kelompok sebagai sebagai wahana untuk memperbaharui kesehatan mental. Para ideolog juga menyaksikan komunikasi kelompok sebagai sarana untuk meningkatkan pengetahuan tantang kesadaran politik-ideologis. Minat yang tinggi ini telah memperkaya pengetahuan kita tentang berbagai jenis kelompok dan pengaruh kelompok pada perilaku kita. Marilah kita mulai dengan klasifikasi kelompok

A.Klasifikasi

Supaya agrerat menjadi kelompok diperlukan kesadaran pada anggota-anggotanya akan ikatan yang sama yang mempersatukan mereka. Kelompok mempunyai tujuan dan organisasi (tidak selalu formal) dan

melibatkan interaksi di antara anggota-anggotanya. Jadi, dengan perkataan lain, kelompok mempunyai dua tanda psikologis. Pertama, anggota-anggota kelompok merasa terikat dengan kelompok (ada *sense of belonging*) yang tidak dimiliki orang yang bukan anggota. Kedua, nasib anggota-anggota kelompok saling bergantung sehingga hasil setiap orang terkait dalam acara tertentu dengan hasil yang lain (Baron dan Byrne, 1979:558).

A.1. Kelompok Primer dan kelompok Sekunder

Charles Horton Cooley pada tahun 1909 (dalam Jalaludin Rakhmat, 1994) mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggota-anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita.

Jalaludin Rakhmat membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut:

1. Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur backstage (perilaku yang kita tampakkan dalam suasana privat saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas.
2. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal.
3. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok primer adalah sebaliknya.

4. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental.

5. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal.

A.2 Kelompok Keanggotaan Dan Kelompok Rujukan

Theodore Newcomb (1930) (dalam Jalaludin Rakhmat, 2008) melahirkan istilah kelompok keanggotaan (membership group) dan kelompok rujukan (reference group). Kelompok keanggotaan adalah kelompok yang anggota-anggotanya secara administratif dan fisik menjadi anggota kelompok itu. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang digunakan sebagai alat ukur (standard) untuk menilai diri sendiri atau untuk membentuk sikap.

Menurut teori, kelompok rujukan mempunyai tiga fungsi: fungsi komparatif, fungsi normatif, dan fungsi perspektif. Saya menjadikan Islam sebagai kelompok rujukan saya, untuk mengukur dan menilai keadaan dan status saya sekarang

(fungsi komparatif. Islam juga memberikan kepada saya norma-norma dan sejumlah sikap yang harus saya miliki-kerangka rujukan untuk membimbing perilaku saya, sekaligus menunjukkan apa yang harus saya capai

(fungsi normatif). Selain itu, Islam juga memberikan kepada saya cara memandang dunia ini-cara mendefinisikan situasi, mengorganisasikan pengalaman, dan memberikan makna pada berbagai objek, peristiwa, dan orang yang saya temui

(fungsi perspektif). Namun Islam bukan satu-satunya kelompok rujukan saya. Dalam bidang ilmu, Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) adalah kelompok rujukan saya, di samping menjadi kelompok keanggotaan saya. Apapun kelompok rujukan itu, perilaku saya sangat dipengaruhi, termasuk perilaku saya dalam berkomunikasi. (Rakhmat, 2008)

A.3 Kelompok Deskriptif dan Kelompok Prekriptif

john F. Cragan dan David W. Wright (1980) membagi kelompok menjadi dua: deskriptif dan peskriptif. Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukannya secara alamiah. Berdasarkan tujuan, ukuran, dan pola komunikasi, kelompok deskriptif dibedakan menjadi tiga: a. kelompok tugas; b. kelompok pertemuan; dan c. kelompok penyadar. Kelompok tugas bertujuan memecahkan masalah, misalnya transplantasi jantung, atau merancang

kampanye politik. Kelompok pertemuan adalah kelompok orang yang menjadikan diri mereka sebagai acara pokok.

Melalui diskusi, setiap anggota berusaha belajar lebih banyak tentang dirinya. Kelompok terapi di rumah sakit jiwa adalah contoh kelompok pertemuan. Kelompok penyadar mempunyai tugas utama menciptakan identitas sosial politik yang baru. Kelompok revolusioner radikal; (di AS) pada tahun 1960-an menggunakan proses ini dengan cukup banyak.

Kelompok preskriptif, mengacu pada langkah-langkah yang harus ditempuh anggota kelompok dalam mencapai tujuan kelompok. Cragan dan Wright mengkategorikan enam format kelompok preskriptif, yaitu: diskusi meja bundar, simposium, diskusi panel, forum, kolokium, dan prosedur parlementer.

B. Pengaruh Kelompok Pada Perilaku Komunikasi

Menurut Jalaludin rakhmat yang di kutif dari buku psikologi komunikasi ada tiga macam pengaruh kelompok yakni Konfortasi, fasilitas sosial, dan polarasiasi.

• Konformitas.

Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok-yang real atau dibayangkan. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Jadi, kalau anda merencanakan untuk menjadi ketua kelompok,aturlah rekan-rekan anda untuk menyebar dalam kelompok. Ketika anda meminta persetujuan anggota, usahakan rekan-rekan anda secara persetujuan mereka. Tumbuhkan seakan-akan seluruh anggota kelompok sudah setuju. Besar kemungkinan anggota-anggota berikutnya untuk setuju juga.

• Fasilitasi sosial.

Fasilitasi (dari kata Prancis facile, artinya mudah) menunjukkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena ditonton kelompok. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga menjadi lebih mudah. Robert Zajonz (1965) menjelaskan bahwa kehadiran orang lain-dianggap-menimbulkan efek pembangkit energi pada perilaku individu. Efek ini terjadi pada berbagai situasi sosial, bukan hanya didepan orang yang menggairahkan kita. Energi yang meningkat akan mempertingi kemungkinan dikeluarkannya respon yang dominan. Respon dominan adalah perilaku yang kita kuasai. Bila respon yang dominan itu adalah yang benar, terjadi peningkatan prestasi. Bila respon dominan itu adalah yang salah, terjadi penurunan prestasi. Untuk pekerjaan yang mudah,

respon yang dominan adalah respon yang banar; karena itu, peneliti-peneliti melihat melihat kelompok mempertinggi kualitas kerja individu.

• Polarisasi.

Polarisasi adalah kecenderungan ke arah posisi yang ekstrem. Bila sebelum diskusi kelompok para anggota mempunyai sikap agak mendukung tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan lebih kuat lagi mendukung tindakan itu. Sebaliknya, bila sebelum diskusi para anggota kelompok agak menentang tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan menentang lebih keras.(Rakhmat, 2008:149)

2.1.5.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keefektifan kelompok

Menurut Jalaludin rakhmat ada dua faktor yang mempengaruhi keefektifan kelompok yakni Faktor situasional (Karakteristik kelompok), dan Faktor personal (Karakteristik anggota kelompok)

A. Faktor situasional (Karakteristik Kelompok)

1. ukuran kelompok.

Salah satu faktor yang mempengaruhi hubungan salah antara prestasi dan ukuran kelompok adalah tujuan. Bila tujuan kelompok memerlukan kegiatan *Konvergen (*mencapai satu pemecahan yang benar), hanya diperlukan kelompok kecil supaya sangat produktif, terutama bila tugas yang dilakukan hanya membutuhkan sumber, keterampilan, dan kemampuan yang terbatas. Bila tugas memerlukan kegiatan *divergen (*seperti menghasilkan berbagai gagasan kreatif), diperlukan jumlah anggota kelompok yang lebih besar. Lebih banyak kepala, lebih baik (McDavid dan Harari, 1974 : 320).

2. jaringan komunikasi.

Menurut jalaludin rakhmat dalam bukunya psikologi komunikasi, jaringan komunikasi di bagi menjai lima lima yakni Roda, Rantai , Y, lingkaran, dan bintang (all-chanel).

Pada roda , seseorang biasanya pemimpin menjadi fokus perhatian. Ia dapat berhubungan dengan semua anggota kelompok, tetapi setiap anggota kelompok hanya bisa berhubungan dengan pemimpinya saja. Pada rantai, A dapat berkomunikasi dengan B, B dengan C, C dengan D, D dan begitu seterusnya. Pada Ytiga orang anggota dapat berhubungan dengan orang di sampingnya seperti pola rantai, tetapi ada dua orang yang hanya dapat berkomunikasi dengan seseorang di sampingnya saja. Pada lingkaran, setiap orang hanya dapatberkomunikasidengan dua orang di samping kiri dan kanannya. Di sini tidak ada pemimpin. Pada bintang di sebut juga semua saluran (all channels) setiap anggota dapat berkomunikasi dengan semua anggota kelompok yang lain.

3. kohesi kelompok.

Bettinghaus (1973) (dalam Rakhmat 2008) menunjukan beberapa implikasi komunikasi dalam kelompok yang kohesif:

a. Karena kelompok kohersip , devian akan di tentang dengan keras.
b. pada umumnya kelompok yang lebih kohesif harus memperhitungkan distribusi komunikasi di antara anggota-anggotan kelompok
c. komunikasi dengan kelompok yang kohersif harus memperhitungkan distribusi komunikasi di antara anggota-anggota kelompok.

d. Dalam situasi pesan tampak merupakan ancaman kepada kelompok, kelomp[ok yang lebih kohersif akan cenderung menolak pesan dibandingkan dengan kelompok yang korhersifnya rendah.

e. Dalam hubungannya dengan yang id atas, komunikator dapat meningkatkan kohesi kelompok agar kelompok mampu menolak pesan yang bertentangan.

4. kepemimpinan

Menurut Cragan dan Wright (dalam Rakhmat , 2008) mendefinisikan kepemimpinan adalah komunikasi yang secara positif mempengaruhi kelompok untuk bergerakke arah tujuan (Rakhmat 2008)

B. Faktor personal

Cragan dan Wright menyebutkan dua dimensi interpersonal yang mempengaruhi keefektifan kelompok, kebutuhan interpersonal dan proses interpersonal.

2.2. Kerangka pemikiran

2.2.1 Kerangka pemikiran Teoritis

Pada kerangka pemikiran teoritis, peneliti mengambil dan memilih beberapa teori dan definisi yang sesuai dengan apa yang diteliti oleh peneliti,teori-teori dan defenisi tersebut dijadikan bahan pandangan dalam penelitian ini.

Menurut Deddy mulyana dalm bukunya ilmu komunikasi suatu pengantar (2007: 82) mendefinisikan kelompok sebagai berikut :

> Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut".

Pengertian komunikasi interpersonal menurut **Devito** dalam buku **Effendy** adalah:

> Komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (Effendy,2003, 30).

Fokus yang akan dianalisis pada penelitian adalah tentang loyalitas yang Menurut Rasimin (1988) yang di kutip dari artikel masbow yang memuat tentang kumpulan psikologi, Selasa, November 24, 2009 .

> Loyalitas dapat diartikan dengan **kesetiaan**, **pengabdian** dan **kepercayaan** yang diberikan atau ditujukan kepada seseorang atau lembaga, yang didalamnya terdapat **rasa cinta** dan **tanggung jawab** untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku yang terbaik.[4]

Bertolak dari pendapat Rasimin di atas, maka sub fokus yang dipilih untuk menganalisa dan menjawab fokus penelitian adalah:

1. Kesetiaan

Kesetiaan adalah sikap teguh pada pendirian dan taat pada janji, aturan atau nilai-nilai yang sudah disepakati bersama.

2. pengabdian

[4] http://www.masbow.com/Loyalitas kerja/diposkan oleh masbow/senin 13 februari 2012 20.00

Pengabdian yaitu sumbangan pemikiran dan tenaga secara ikhlas dengan mengutamakan kepentingan umum, di atas kepentingan golongan dan pribadi.

3. Kepercayaan

kepercayaan dalam definisi yang lain dinyatakan sebagai keinginan suatu pihak untuk menjadi pasrah/menerima tindakan dari pihak lain berdasarkan pengharapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan sesuatu tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang memberikan kepercayaan, terhadap kemampuan memonitor atau mengendalikan pihak lain.

4. rasa cinta

Cinta adalah sebuah aksi/kegiatan aktif yang dilakukan manusia terhadap objek lain, berupa pengorbanan diri, empati, perhatian, memberikan kasih sayang, membantu, menuruti perkataan, mengikuti, patuh, dan mau melakukan apapun yang diinginkan objek tersebut.

5. tanggung jawab

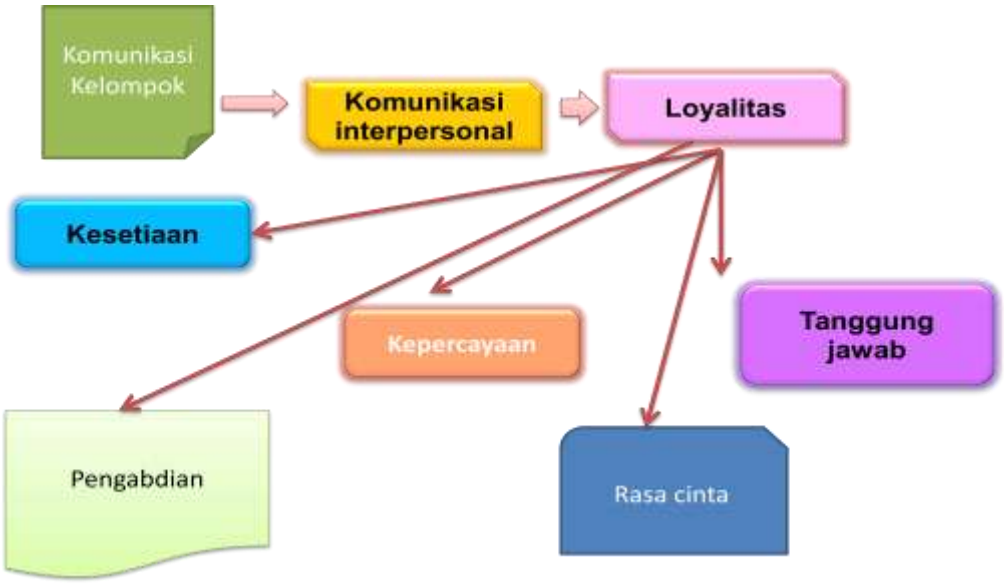
Tanggung jawab adalah Kesanggupan seorang pegawai / anggota untuk menyelesaikan pekerjaan yang disarankan kepadanya dengan baik, tepat waktu dan berani mengambil resiko untuk keputusan yang dibuat atau tindakan yang dilakukan

2.2.2 Desain kerangka pemikiran

Dalam penelitian ini peneliti membuat desain kerangka pemikiran seperti yang di bawah ini:

Gambar 2.1

Desain kerangka pemikiran



2.2.3 Kerangka Pemikiran Konseptual

Bertolak pada pemikiran kerangka teorits maka peneliti mengaplikasikan definisi yang diangkat pada kerangka praktis. Pada kerangka konseptual ini pengumpulan data dengan pencarian informasi mengenai Loyalitas Komunitas Scooter Owners Group di Kota Subang Dalam Meningkatkan Eksistensinya dikalangan Komunitas Motor.

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.

Karena *Scooter Owners Group (SOG)* merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama,yang berinteraksi satu sama lain untuk membentuk sebuah wadah bagi mereka yang mempunyai motor vespa dan berinteraksi untuk kepentingan saling bertukar informasi mengenai vespa mereka.

Pengertian komunikasi interpersonal menurut **Devito** dalam buku **Effendy** adalah:

> Komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (Effendy,2003, 30).

Dalam komunitas SOG terdapat komunikasi interpersonal yang di mana dalam komunitas tersebut adanya penyampaian pesan dari pengurus kepada anggota dengan diadakannya rapat yang diadakan rutin setiap bulannya serta adanya umpan balik langsung di rapat tersebut yang dilakukan oleh anggota dengan adanya pendapat yang di lontarkan oleh anggota dalam rapat tersebut, serta bila mencapai kesepakatan anggota akan mematuhi hasil rapat tersebut.

Fokus yang akan dianalisis pada penelitian adalah tentang loyalitas yang Menurut Rasimin (1988):

1. Kesetiaan

Kesetiaan adalah sikap teguh pada pendirian dan taat pada janji, aturan atau nilai-nilai yang sudah disepakati bersama. Adanya kesetian Anggota SOG dengan cara selalu menjadi anggota SOG walaupun terdapat komunitas motor yang baru. Dan jenis kendaran Scoter / Vespa sudah di anggap motor tua oleh sebagian kalangan. Tetapi walaupun demikian mereka tetap setia kepada komunitas SOG.

2. Pengabdian

Pengabdian yaitu sumbangan pemikiran dan tenaga secara ikhlas dengan mengutamakan kepentingan umum, di atas kepentingan golongan dan pribadi.. Anggota SOG selalu patuh terhadap aturan dan mengikuti even yang telah di buat oleh pengurus kebanyakan dari anggota ini lebih mementingkan komunitas dari pada pekerjaannya,

3. Kepercayaan

kepercayaan dinyatakan sebagai keinginan suatu pihak untuk menjadi pasrah/menerima tindakan dari pihak lain berdasarkan pengharapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan sesuatu tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang memberikan kepercayaan, terhadap kemampuan memonitor atau mengendalikan pihak lain. Anggota SOG mempunyai kepercayaan kepada pengurusnya, karena dalam peroses pemilihan pengurus di pilih oleh anggota itu sendiri.

4. Rasa Cinta

Cinta adalah sebuah aksi/kegiatan aktif yang dilakukan manusia terhadap objek lain, berupa pengorbanan diri, empati, perhatian, memberikan kasih sayang, membantu, menuruti perkataan, mengikuti, patuh, dan mau melakukan apapun yang diinginkan objek tersebut. Sesama anggota SOG

mempunyai rasa saling mencintainya dengan rasa solidaritas antar sesama anggotanya. Bila mana ada anggota SOG yang mengalami masalah di perjalanan biasanya mereka membatu dengan membetulkan motor temannya bila terjadi motor mogok, serta yang lainnya menunggu sampai kendaraan tersebut bisa melaju kembali.

5. Tanggung Jawab

Tanggung jawab adalah Kesanggupan seorang pegawai/ anggota untuk menyelesaikan pekerjaan yang disarankan kepadanya dengan baik, tepat waktu dan berani mengambil resiko untuk keputusan yang dibuat atau tindakan yang dilakukan. Tanggung jawab yang dilakukan anggota SOG adalah dengan menjaga nama baik komunitas dengan cara anggota selalu mematuhi peraturan lalulintas sebagai salah satunya.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Tinjauan Tentang Komunitas *Scooter Owners Group* Indonesia Club Di Kabupaten Subang

3.1.1.1 *Skuter*

Skuter merupakan suatu kendaraan bermotor roda dua yang popoler berasal dari kawasan eropa.Seperti Italia, Inggris, Perancis, Rusia. Ciri khas utama dari kendaraan ini adalah bentuknya yang unik dan memiliki ukuran besar, berpinggul, terbaik dalam sisi mode serta nyaman. dari ciri yang telah disebutkan mengakibatkan kendaraan ini cenderung banyak yang menyukai

Merek atau perusahaan yang memproduksi kendaraan ini adalah Model-model *skuter* terutama bermerk *Vespa* yang diproduksi oleh *Piaggio* dapat dikatakan model terbaik dari mulai di buat hingga saat ini hal ini menjadikan skuter bermerk *Vespa* sebagai sebuah kendaraan yang memiliki karisma tersendiri dalam dunia otomotif.

Selain sebuah kendaraan *skuter* juga memiliki sebuah nilai yang cukup tinggi bagi bangsa Italia karena setelah perang dunia II *Piaggio Vespa* adalah salah satu perusahaan yang dapat dikatakan penggerak pertama perekonomian Negara tersebut setelah setelah kalah perang kedua, *Piaggio* membangun perusahaan kembali dengan menciptakan kendaraan jenis baru yaitu *scooter* yang murah, ekonomis, ringan dan dapat bermanuver, dan dapat

dikendarai dengan nyaman oleh wanita seperti juga pria. Pengendara *skuter* lebih terlindung dari debu, kotoran dan bagian mekanis motor, sama halnya seperti mengendarai mobil.

Prototipe *Vespa* diperkenalkan kepada dunia di tahun 1946 di sekeliling *Club* Golf Roma sebelum pertemuan pemimpin Italia dan para aristokrat.*Vespa* disambut sebagai *inovasi* pertama Italia pasca perang dan dikenal karena kepraktisan dan kegunaannya. (dalam Bob Darnell & Bob Golfen,"*History of Piaggio* and *Vespa* Motor *scooters "Based on How to Restore and Maintain Your Vespa Motor scooter Book & OTO BIKES* Edisi 26 Bulan Mei 2010)

Skuter masuk keIndonesia pada perang dunia kedua yang di bawa oleh para kaum misionaris Kristen dan Katolik sekitar tahun 1940-an dengan berbagai merk seperti *VESPA, MOTOBI, BAJAJ, ZUNDAP, BIV, BIANCA, LAMBRETA, HARLEY DAVIDSON*. Sedangkan skuter yang paling populer hingga saat ini dengan merk *PIAGGIO VESPA* masuk ke Indonesia padal awal kemerdekaan melalui jalur diplomatik atau peninggalan orang Belanda (ekspatriat). Seperti salah satu prototype Vespa buatan tahun 1946 yang dibuat secara langsung oleh *Corradinn D'Ascanio* secara "*handmade*". hanya ada 4 model prototype yang masing masing cuma berjumlah 15 unit, tersebar di seluruh dunia. Tiga unit diantaranya masuk ke Indonesia.

Setelah banyak skuter bermerk Vespa yang di pasarkan beberapa importir lokal turut mendukung perkembangan skuter bermerk Vespa di Indonesia. Satu-satunya agen tunggal pemegang merk (ATPM) PT.Dan

Motors Indonesia (PT. DMI) yang memiliki lisensi di Indonesia. Memasuki dekade awal 1960-an hanya orang-orang tertentu dari kalangan menengah ke atas yang sanggup membelinya. (dalam OTO BIKES Edisi 26 Bulan Mei 2010)

Varian baru *skuter V*espa bermunculan dengan beragam spesilikasi, bentuk dan warna. Sampai saat ini, varian *skuter Vespa* yang ada di Indonesia sudah mencapai angka puluhan. Negara Italia sendiri pernah menyebutkan populasi terbesar *Vespa* di dunia ada di benua Asia. Dan salah satu negara terbesar dengan penyebaran *Vespa* terbanyak adalah Indonesia. (dalam *Scooter Magazine,* tahun1998. Inggris)

Pada tahun 1990-an hingga kini, komunitas komunitas pencinta *Skuter* bermunculan. Kondisi seperti ini dicermati beberapa pihak sebagai awal kebangkitan Skuter di Indonesia. Skuter keluaran Piaggio yang terbaru melalui mekanisme import langsung *Completely Built Up* (CBU) turut meramaikan keadaan ini. Model-model seperti. *New PX 150, Liberty, GTV 250, Grantourismo, MP3* dan lain-lain. Tetapi berbanding terbalik dengan keberadaan *Vespa* tua di Indonesia banyaknya permintaan dari Negara lain mengakibatkan banyaknya ekspor kendaraan *Vespa* dari Indonesia. (dalam OTO BIKES Edisi 26 Bulan Mei 2010)

A. Jenis Dan Model Skuter

Dalam perkembangan skuter dari waktu ke waktu memiliki berbagai macam model yaitu:

- *Skuter vintage klasik*

Skuter yang tergolong *vintage* di buat pada tahun 1930-an hingga tahun 1959 model ini dapat terlihat dari belum adanya speedometer dan lampu yang masih berukuran kecil selain itu pula kapasitas silinder serta tenaganya masih terbatas di bawah 70 mil/h atau 100km/jam

- *Skuter* militer

Skuter yang tergolong militer merupakan model yang di produksi terbatas dan hanya digunakan di beberapa Negara seperti Jerman, Prancis, Inggris, Italia dan Congo kendaraan ini. Di produksi oleh perusahaan *PIAGGIO VESPA* dan di produksi dari tahun 1945 hingga 1962, model ini biasanya di lengkapi dengan beberapa senjata perang seperti bazooka dan senapan mesin. Serta ada pula yang sengaja di rancang untuk di terjunkan langsung dari pesawat.

- *Skuter* semi klasik

Skuter yang tergolong dalam semi klasik merupakan *skuter* yang sudah mengalami bentuk perubahan model seperti telah memiliki s*peedometer* dan lampu sudah disimpan di stang kemudi di produksi dari tahun 1959 hingga 1966

- *Skuter sport*

Skuter yang tergolongan pada *skuter* sport diproduksi untuk para penggemar yang sering melakukan perjalanan keluar kota *skuter* ini memiliki bagasi yang lebih luar dan ukuran ban yang lebih besar yaitu “10”

- *Skuter modern*

Skuter yang tergolong pada *skuter* tipe semi modern sudah mengalami perubahan yaitu sudah di lengkapi dengan acesoris standar berkendara di jalan raya dengan kelengkapan lampu sign kendaraan in di produksi pada tahun 1980 hingga 1989, sedangkan yang diproduksi antara tahun 1988 hingga 2004 di perbaharui dengan menggunakan suplay oli yang sudah di atur secara automatis sehingga proses pendinginan mesin telah terjaga dan dilengkapi oleh stater elektrik.

- *Skuter matik*

Skuter jenis ini merupakan jenis terakhir dari perkembangan skuter berbeda dengan skuter terdahulu *skuter* ini menggunaka system pengoperasian automatis tanpa perseneling kendaraan ini di buat pertama kali oleh perusahaan *PIAGGIO* pada tahun 1984 hingga saat ini.

3.1.1.2 Komunitas *Scooter Owners Group* Di Subang

Berkembangya para penggemar kendaraan khususnya kendaraan roda dua jenis skuter memicu hadirnya perkumpulan yang lebih di kenal dengan komunitas. Untuk para pencinta *skuter* dikota Subang komunitas vespa yang

lebih dikenal dengan *Scooter Owners Group* (SOG) di subang ada pada 20 juli 1996 yang sebelumnya bernama VAC.jadi tentang sejarah SOG untuk cabang subang banyak di pengaruhi oleh SOG pusat.

Komunitas vespa subang atau lebih dikenal dengan nama SOG (*Scooter Owners Group*) merupakan anak cabang dari SOG Indonesia yang berpusat di Bandung. SOG Indonesia sendiri berdiri tahun 1998,.Dan berawal dari sebuah keinginan untuk mendirikan klub otomotif yang mengususkan diri kepada kendaraan bermotor sejenis skuter serta alasan mengapa kesepuluh orang memdirikan Sog ini dikarenakan sebagai wahana atau wadah untuk para pencinta *sekuter* agar mereka dapat berinteraksi dan saling member informasi seputar sekuter .

Maka dimulailah pada akhir bulan januari 1995 sampai dengan akhir bulan februari 1995, 10 orang pendiri SOG yang kebanyakan berdomisili di jalan Nangkasuni Bandung,berencana mendirikan sebuah klub otomotif skuter yang awalnya hanya denga nongkrong bareng dan sering bertemu sehingga akhirnya tercetuslah *Vespa Owener Club* (VOC) sebagai nama sebuah klub otomotif *skuter* yang baru lahir untuk berkiprah di dunia otomotif di Bandung.Perjalanan dilakukan dari waktu ke waktu dengan menyebarkan brosur ajakan untuk bergabung dan dalam rangka mencari anggota - anggotanya.

Kesepuluh pendiri terus melakukan *evaluasi* guna mencari mencari bentuk organisasi yang dapat terus berkembang, dan tidak seumur jagung.maka seteelah adanya diskusi yang menghasilkan pertimbangan nama

tersebut dirubah dengan alasan bahwa nama "*vespa*" itu merupakan sebuah merk produk yang apabila menggunakan nama tersebut hanya merk "*Vespa*" saja yang dapat bergabung.sedangkan merk lain selain *lambretta JLO, Sundapp, Bajaj* serta merk lainnya yang berjenis skuter tidak dapat bergabung.

Hal ini dilakukan untuk menciptakan sebuah organisasi yang besar serta guna merancang aturan yang akan dituangkan dalam bentuk Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga sehingga dalam melaksanakan aturan tersebut tidak bertentangan dan konsekwen baik masalah nama klub ataupun bentuk aturan lainnya. . Sehingga tidak berlangsung lama setelah nama "*Vespa*" tersebut diganti dengan nama "*Scooter*" (diambil dari Jenisnya), maka klub tersebut kembali berubah nama menjadi "*Scooter Owners Club* (SOC)" Bandung.Namun tidak sampai disitu saja, Nama klub berubah kembali menjadi "*Scooter Owners Group*" disingkat SOG.

Hal ini atas usulan dari salah satu penasehat yang menyatakan bahwa nama "*Group*" adalah sebagai nama yang dapat menjadikan organisasi lebih besar lagi dibandingkan dengan nama "*Club*", seperti halnya HOG (*Harley Owners Group*) yang sudah mendunia Semakin banyaknya cabang di luar kota dan luar negeri maka pada tahun 1998 *Scooter Owners Group* menambah nama belakangnya berdasarkan cabang atau Negara yang memiliki seketariat atau kantor keanggotaan.

3.1.1.3 Karakteristik anggota *Scooter Owners Group* Di Subang

Dilihat secara umum para penggemar skuter di Bandung memiliki sifat dan karakter yang hampir sama yaitu kekeluargaan yang cukup erat diantara pengguna baik dalam satu kelompok atau *club* maupun dengan *club* lain akan tetapi bila di telaah secara lebih mendalam ada beberapa kelompok yang dapat dilihat lebih di banding dengan club atau kelompok lain yaitu *Scooter Owner Group* (SOG), SOG merupakan Komunitas dengan jenis komunitas Hobi, karenanya keanggotaan komunitas ini tidak terbatas berdasarkan kalangan, namun umumnya yang memiliki dan menjadi anggota SOG berasal dari kalangan menengah ke atas. Anggota SOG Subang sendiri memiliki 100 orang lebih terdaftar hingga tahun 2012.

Namun jumlah anggota yang aktif menjalani kegiatan komunitas sebanyak 100 orang. Sedangkan apabila diadakan rapat pertemuan khusus umumnya dihadiri 50-100 orang anggota. Pada prinsipnya, komunitas adalah wadah sosialisasi anggota dalam kesamaan visi, persepsi dan efektifitas sehingga perlu adanya tinjauan terhadap pola hidup anggota komunitas. Citra masyarakat pada pengguna skuter Vespa khususnya SOG dapat dikatakan kekeluargaan dan elit , hal ini disebabkan citra Vespa yang cenderung elit dan membawa aura keluarga di dalam desainnya, Ciri khusus dari anggota komunitas SOG adalah :

- Memiliki kecenderungan dalam hal otomotif dan sikap yang lebih positif dalam kecermatan, keindahan, dan kerapihan.

- Cenderung terkesan maskulin eklusif , dikarenakan tampilan luarnya menyesuaikan *Scooter vespa*.
- Memiliki gaya agak mewah, karena umumnya anggota Komunitas ini berasal dari kalangan menengah ke atas dan rata-rata memiliki setidaknya minimal dua unit *scooter*.
- Memiliki perilaku yang bersifat kekeluargaan antar anggota dan lingkungan sosial.
- Bertanggung jawab secara pribadi serta terhadap aktivitas yang sedang berlangsung (sumber; hasil wawancara dengan anggota dan Pengurus SOG Subang)

3.1.1.4 Anggota *Scooter Owners Group* Di Subang

SOG merupakan Komunitas dengan jenis Komunitas Hobi, karenanya keanggotaan komunitas ini tidak terbatas berdasarkan kalangan, namun umumnya yang memiliki dan menjadi anggota SOG berasal dari kalangan menengah ke atas. Anggota SOG Subang sendiri memiliki 100 orang lebih terdaftar hingga tahun 2012, Namun jumlah anggota yang aktif menjalani kegiatan klub sebanyak 100 orang. Sedangkan apabila diadakan rapat pertemuan umumnya dihadiri 50-100 orang anggota. (sumber ;hasil wawancara dengan Anggota dan Pengurus SOG)

A. Macam dan Sifat Keanggotaan

a. *advend members* SOG / Dewan Penasehat SOG

Terdiri atas anggota kehormatan yang merupakan para pendiri awal atau orang yang telah banyak berjasa untuk kemajuan SOG. Beranggotakan 5 sampai 10 orang.

b. *Founder Members* SOG / Dewan Pendiri

Anggota kehormatan yang merupakan terdiri para pendiri awal SOG. beranggotakan 10 orang.

c. *Super Senior Members* / Perintis

Terdiri atas anggota kehormatan yang merupakan para perintis awal SOG beranggotakan 50 orang.

d. *Life Members* SOG

Terdiri atas anggota kehormatan yang di anggap telah banyak berjasa untuk kemajuan SOG. Hingga saat ini beranggotakan 20 orang.

e. *Senior Members* SOG

Terdiri atas anggota yang memiliki masa keanggotaannya lebih dari 8 tahun atau memiliki minimal dua lencana kesetiaan.

f. *Members* SOG / Anggota Tetap

Terdiri atas anggota yang memiliki masa keanggotaannya lebih satu tahun.

g. Calon Anggota Tetap

Terdiri atas anggota baru yang telah menjadi anggota kurang dari satu tahun atau belum disahkan menjadi anggota tetap.

B. Macam - Macam Kegiatan SOG

1. *Wings Day SOG*

Wing day SOG, Penyematan lencana kesetiaan yang diadobsi dari *Harley-Davidson Club Indonesia (*HDCI) dan menjadi hak cipta SOG Indonesia Wing ini menjadi suatu kebanggaan bagi pengguna Scooter yang memilikinya dimana wing ini hanya bisa di dapatkan pada saat acara penjelajahan medan baik jalan maupun hutan dengan jarak tempuh minimal 450 km dimana hanya di ikuti oleh anggota SOG berjenjang Member ke atas dan di laksanakan tiga hingga empat tahun sekali.

2. Musyawarah Nasional SOG

Diselenggarakan tiga hingga empat tahun sekali dimana anggenda utama yaitu pemilihan ketua umum yang menjadi pimpinan tertinggi di dalam oraganisasi ini baik di Indonesia maupun luar negeri dimana anggotanya yaitu utusan dari seluruh cabang baik dalam maupun luar negeri.

3. Musyawarah Cabang SOG

Diselenggarakan tiga hingga empat tahun sekali dimana anggenda utama yaitu pemilihan ketua Cabang yang di hadiri oleh perwakilan anggota yang di utus oleh Pos (anak cabang).

4. Rapat Kerja Nasional

Diselenggarakan satu tahun sekali untuk menyusun agenda kerja baik di pusat maupun di cabang

5. Jambore *Scooter* Se-Asia

Diselenggarakan lima sampai enam tahun sekali di ikuti oleh seluruh penggemar *Scooter* se-Asia

6. Bakti Sosial, diadakan 2-3 kali dalam setahun.

7. Hari jadi SOG Subang

Diselenggarakan setiap bulan Juli biasanya dihadiri oleh seluruh anggota cabang dan *Club* otomotif lainnya

8. Pertemuan mingguan

   Di selenggarakan setiap hari sabtu dimana para anggota saling bertukar pikiran mengenai kendaraan yang dimilikinya (sumber Program kerja *Scooter Owner Group* Indonesia)

3.1.1.5 Lambang *Scooter Owners Group*

Dalam proses berinteraksi komunitas *Scooter Owners Group* di dalam masyarakat menggunakan lambang sebagai bentuk eksistensinya berikut adalah lambang serta arti lambang menurut *Scooter Owners Group:*

Gambar 3.1
Lambang Scooter Owners Group



Sumber : Buku pedoman SOG Indonesia

- Kelelawar dengan Warna Hitam ke Abu – abuan symbol warna jantan, Gagah, beribawa. Dengan atribut serta hitam jantan, gagah dan beribawa dapat mensejajarkan diri dengan klub besar lainnya.

- Kelelawar, hidupnya memiliki sifat yang mandiri nampak ketika bergantung dengan kedua kakinya.

- Kelelawar, memiliki sifat yang tahan akan berbagai situasi dan kondisi (panas, hujan, siang, malam siap dan mampu bertahan hidup). Anggota SOG adalah harus siap dan mampu dalam melaksanakan kegiatan keorganisasian dengan berbagai bentuk, situasi dan kondisi apapun.

- Kelelawar, memiliki sifat yang tidak pernah lelah dalam melakukan perjalanan kehidupannya dan penjelajahannya. Anggota SOG untuk mengembangkan sayap selebar – lebarnya untuk untuk merangkul dan mengembangkan organisasi hingga cabang di wilayah nusantara dan luar nusantara selalu menyiapkan menyiapkan diri menempuh Touring dalam segala medan.

- Kelellawar, memiliki sifat kompak dan hidup secara berkelompok bersama keluarganya dalam melakukan aktifitasnya. Anggota SOG menjungjung tinggi silaturahmi antar sesama anggota dan keluarga anggota.

- Kelellawar, memiliki sifat cenderung memilih tempat yang baik, aman dan menyukai makanan manis untuk kehidupannya sendiri dan kelompoknya. SOG dapat bertahan hidup sebagai sebuah organisasiterbesar di dunia otomotif yang memiliki cabang di wilayah Nusantara, *Brother Chapter* diluar negeri dan menjalin hubungan erat dengan organisasi dan club – club sejenis dengan menjungjung kode etik yang dimiliki.(Sumber: buku Pedoman SOG Indonesia)

3.1.2 Tinjauan Tentang Kabupaten Subang

3.1.2.1 Sejarah Kota Subang

Kabupaten Subang terletak pada bagian utara wilayah Provinsi jawa Barat luas wilayah 205.176,95 Ha yang terletak antara 1070 31 - 1070 54 BT dan 60 11 -60 49 LS. Sebagian dari wilayah kabupaten merupakan kawasan pengembangan Bandung Raya. Subang merupakan salah satu kawasan andalan Jawa Barat yaitu kawasan PURWASUKA (Purwakarta, Subang, Karawang), secara topologi wilayah Subang dapat menjadi 3 zona wilayah pegunungan, dataran, dan pantai yang mempunyai ketinggian bervariasi antara 0-1700 dpl (di atas permukaan laut.

Kabupaten Subang secara administrative terbagi atas 235 desa dan kelurahan yang tergabung dalam 22 kecamatan. Berdasarkan peraturan Daerah Kabupaten Subang Nomor 3 Tahun 2007 Tentang pembentukan Wilayah Kerja Camat,jumlah kecamatan bertambah menjadi 30 kecamatan.

Kabupaten Subang memiliki rangkaian peristiwa bersejarah sama halnya dengan daerah-daerah lainnya. Dengan banyaknya ditemukan benda-benda sejarah peninggalan zaman *neolithicum* (Zaman Batu Muda) salah satunya ditemukan kapak persegi, hal ini memberikan gambaran adanya kehidupan manusia purba di daerah Subang pada saat itu.

Masa perkembangan hindu di Subang dibuktikan dengan ditemukan arca Nandi di kampong SLaawi, Desa Cipanca, Kecamatan Sagalaherang.

Hal ini membuktikan kawasan selatan Subang yang menghubungkan kerajaan galuh dan padjajaran yaitu jalur sagala Herang-Tanjung Siang.

Perkembangan Islam di wilayah Subang berkembang pesat kedatangan wangsa Goparana di sagala Herang. Wangsa Goparana adalah seorang kesatria yang berasal dari Talaga yang bercorak Hindu. Goparana memiliki belajar dan berguru kepada Sunan Gunung Jati sekaligus membantu menyebarkan ajaran islam di tatar pasundan.

Bermula dari Sagala Herang ia mulai menyebarkan ajaran Islam ke seluruh wilayah Subang sampai daerah-daerah seperti purwakarta. Cianjur, Sukabumi dan Limbangan, selain berhasil menyebarkan ajaran islam wangsa Goparan dikenal juga sebagai tokoh yang telah menurunkan demang-demang pada masa P & T Land dan Bupati di Cikundul, Cianjur.

Masa partkelir bukan hanya pendatang pribumi yang tertarik dengan kesuburan wilayah Subang para planter dari Blanda pun berdatangan dan membuka perkebunan di wilayah Subang yang terkenal adalah pusat perkebunan tanah partkelir pamanukan dan Thiasem Land (P & T Land).

P & T Land di bangun oleh Petr Wilem Hofland bersaudara pada tahun 1850 yang berpusat di gedung wisma karya sekarang dalam masa tersebut menunjukan kejayaan perkebunan di wilayah Subang sampai pada akhirnya terbentuk pemukiman baru yang disebut Subang.

Tepat pada tanggal 1 Maret 2942, komandan armada pendaratan jepang untuk pulau Jawa, mendaratkan pasukannya dalam waktu

bersamaan di empat pertahannya. Daerah-daerah itu adalah Merak, Teluk Banten, Eretan Wetan dan Kranggan. Tentara jepang yang mendarat di eretan wetan merupakan tentara yang dipimpin colonel Shoji yang bertugas utamnya menggempur pangkalan udara kali jati dan menduduki Subang. Kedatangannya membuat panic warga dan tentara Hindia-Belanda.

Dalam waktu yang singkat Kalijati jatuh kepada tentara Jepang tanpa perlawanan yang berarti, dengan menguasai Subang dan selitarnya tentara Jepang menjadikan bekas pusat perkebunan P & T Lands sebagai markas besarnya. Pada tahun 1942 terjadi pertempuran di Ciater antara Hindia-Belanda dan tentara Jepang. Pertempuran tersebut merupakan perlawanan pertama kalinya sejak tentara belanda dipukul mundur dari Subang.

Pada tanggal 7 Maret 1942 konfrontasi fisik antara kedua belah pihak sepakat untuk dihentikan, proses selanjutnya adalah upaya mengadakan perundingan di Kalijati yang dilaksanakan pada tanggal 8 maret 1942 dari pihak tentara Jepang diwakili oleh Panglima Imamura, sedangkan dari wakil pemerintahan Hindia Belanda diwakili oleh Gubernur Jendral Tjarda dan Letnan Jendral Ter Poorten.

Immamura mendesak pemerintahan Hindia Belanda untuk secepatnya menandatangani piagam penyerahan wilayah pendudukan tanpa syarat, naskah yang harus ditandatangani ini telah disiapkan oleh tentara Jepang. Apabila pemerintah Hindia Belanda menolak menandatangani naskah

perjanjian ini maka tentara Jepang akan membombardir pusat pemerintahan Hindia Belanda di Bandung. Jenderal Ter Poorten memilih menandatangai Piagam penyerahan pendudukan tanpa syarat.

3.1.2.2 Lambang Kabupaten Subang

Dalam proses berinteraksi Kabupaten Subang di dalam masyarakat menggunakan lambang sebagai bentuk eksistensinnya berikut adalah lambang serta arti lambang menurut Kabupaten Subang *:*

Gambar 3.2
Lambang Kabupaten Subang



Sumber : Arsip pemerintah Kabupaten Subang 2011

Maksud dan arti lambang Kabupaten Subang

Bentuk perisai yang bersudut lima, melukiskan Perlindungan Keselamatan Negara Bangsa, Agama, Masyarakat dan Keluarga .

a) Pohon beringin yang bergelombang 17 dan berakar tunjang delapan

berdasarkan benteng berkepala lima, berbata empat dan lima melambangkan:

- Historis Kabupaten Subang (KUTAWARINGIN)
- Pemerintah sebagai pelindung rakyat
- Pemerintah daerah baik material maupun Spiritual

b) Gambar yang dipakai landasan pohon beringin

Gambar yang dipakai landasan pohon beringin adalah gambar benteng berkepala lima melambangkan Pancasila sebagai Landasan Idil dan batasbatasnya bersusunan empat (di atas) dan Lima (di bawah) adalah Undang-Undang Dasar 1945 yang berkaitan pula sebagai lambang Pembangunan Material dan Spiritual"

c) Bintang Kuning bersudut lima di bagian atas

meluksikan bahwa masyarakat Kabupaten Subang selalu takwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mengagungkan agama.

d) Kata-Kata

- Benteng Pancasila menegaskan masyarakat Kabupaten Subang untuk membentengi (menjaga atau menegaskan) Pancasila sebagai landasan Idil Negara dari rongrongan pihak manapun yang akan menyelewengkannya, selain itu masyarakat Kabupaten Subang berketetapan menjadi adil dan makmur yang diridhoi Tuhan Yang Maha Esa adalah merupakan kenyataan yang menjadi catatan penting dan bersejarah bagi warga

masyarakat Kabupaten Subang bahwa Kabupaten Subang telah berhasil keluar sebagai juara pertama perlombaan semangan unggul Pancasila tingkat Provinsi Jawa Barat yang diselenggarakan oleh KODAM SILIWANGI pada tahun 1969.

- Karya Utama Satya Negara , mengutamakan karya (pekerja) untuk kepentingan negara, bangsa, dan agama

e). Maksud dan Tujuan Arti Warna :

- Warna Kuning Mas yang dipakai dalam pinggiran perisai, seluruh pinggiran pohon beringin, pada garis benteng atau bata dan bintang di atas keluruhan budi, kebesaran jiwa.
- Warna Hijau Tua, yang dipakai warna lambang, melambangkan kesuburan daerah.
- Warna Cokelat melambangkan daerah pedataran.
- Hijau Muda melambangkan daerah pegunungan, dan
- Biru melambangkan daerah pantai.

3.1.2.3 Visi, Misi, dan Motto Kabupaten Subang

A. Visi

Arah pembangunan daerah diarahkan untuk pengentasan kemiskinan dan penciptaan lapangan kerja melalui pembangunan ekonomi kerakyatan seperti: pengembangan agribisnis, pengembangan industri dan pengembangan pariwisata.

Arah kebijakan tersebut didukung oleh peningkatan aksesibilitas dan kualitas pendidikan dan kesehatan, peningkatan infrastruktur yang berkualitas, rehabilitas dan konservasi lingkungan, serta peningkatan tata kelola pemerintahan yang baik, bersih dari Korupsi Kolusi Nepotisme (KKN) dan berwibawa.

Dengan mempertimbangkan potensi, kondisi, permasalahan tantangan dan peluang serta mempertimbangkan budaya yang tumbuh dan berkembang di masyarakat, maka Visi Kabupaten Subang

"Terwujudnya Kabupaten Subang sebagai Daerah Agribisnis, Pariwisata, Industri yang Berawawasan Lingkungan dan Religius Serta Berbudaya Melalui Pembangunan Berbasis Gotong Royong pada Tahun 2025 ".

Dicapai dalam tahap kedua ini dengan formulasi visi sebagai berikut: Terwujudnya Subang sebagai Kabupaten yang Berbasis Gotong Royong .]

B. Misi

Merupakan penjabaran dari visi yang memuat tujuan dan sasaran yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu melalui penerapan strategi yang terpilih. Adapun rumusan misi merupakan formulasi misi yang tertuang dalam rencana pembangunan jangka panjang daerah (RPJPD) rancangan bupati terpilih sebagai berikut:

Misi Pertama : Mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas, beriman dan bertaqwa

Misi Kedua : Meningkatkan pembangunan ekonomi kerakyatan

Misi Ketiga : Mewujudkan prasarana wilayah yang berkualitas

Misi Keempat : Mewujudkan lingkungan hidup yang asri dan lestari

Misi kelima : Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik

C. Moto

Subang Berseri Perda No. 7/1987 Tentang Kebersihan, Keindahan, dan Ketertiban (K3):

- Bersih merupakan suatu keadaan atau kondisi lingkungan yangmenampilkan suasana bebas dari kotoran, sampah, limbah, penyakit dan pencemaran.
- Sehat merupakan keadaan atau kondisi baik lingkungan atau juga fisik orang, bebas dari penyakit jasmani maupun rohani.
- Rapih adalah keadaan atau lingkungan yang tertata dengan apik, baikdan artistik sehingga mempunyai daya tarik untuk dilihat.
- Indah yaitu suasana yang menampilkan lingkungan yang menarik sedap dipandang. Indah dapat dipandang dari berbagai segi, seperti dari segi warna, tata letak, tata ruang bentuk atau gaya dan gerak yang serasi dan selaras, sehingga memberi kesan yang enak dan cantik untuk dilihat.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskritif. Dalam defenisi yang di kemukakan oleh **Bogdan dan Taylor** (1975:5)

Seperti yang dikutip dalam buku **Lexy J moelong** bahwasanya :

> "Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriftif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan prilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara *holistic* (utuh). Dalam hal ini tidak boleh mengisolasikan individu atau organisasi kedalam variable atau hipotesis tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan. (Moleong, 2007 : 4)

Menurut definisi yang di kemukakan oleh **Djalaludin Rahmat** bahwasanya metode penelitian deskriptif adalah:

> " Memaparkan situasi atau peristiwa, mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengindentifikasikan maslah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku,membuat perbandingan atau evaluasi dan menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang". (Rakmat, 1998 : 28)

Defenisi mengenai penelitian deskritif juga dijelaskan oleh **Sukmadinata** dimana :

> " Penelitian deskriptif dalah suatu bentuk penelitian yang ditunjukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena yang lainnya" (Sukmadinata, 2006 : 72)

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Studi Pustaka

Memahami apa yang di teliti, maka upaya untuk menjadikan penelitian tersebut baik. Perlu adanya materi-materi yang diperoleh dari pustaka-pustaka lainnya.

1. Studi Pustaka

Menurut **Rosady Ruslan,** Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dilakukan dengan materi data atau informasi melalui jurnal ilmiah, buku-buku referensi, dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan.

Menurut **J.Supranto** dalam buku Rosadi Ruslan, mengemukakan:

> "Studi pustaka adalah "Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan materi data atau informasi melalui jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia diperpustakaan" (Ruslan, 2003:31)

Dengan hal ini, upaya penelitian yang dilakukan pun dapat menjadi baik karena tidak hanya berdasarkan pemikiran sendiri selaku peneliti melainkan pemikiran-pemikiran dan pendapat dari para ahli atau penulis lainnya. Sehingga bisa dibandingkan serta referensi yang dapat memberikan arah kepada peneliti

2. Internet Searching

Internet searching berarti pencarian suatu situs yang belum kita ketahui secara pasti alamat yang dimiliki. Dalam melakukan searching biasanya kita

gunakan search engine sebagai mesin pembantu dalam pencarian situs tersebut.

Search engine adalah sebuah fasilitas (web) yang bisa mencari links dari situs lain. Ada berbagai macam search engine yang bisa kita gunakan dalam searcing, yaitu ; *yahoo, google, altavista, lycos, astaga, msn,* dan lain sebagainya. Disini akan dijelaskan bagaimana cara searcing melalui beberapa search engine yang pada umumnya dipakai yaitu dengan menggunakan google dan yahoo.

3.2.2.2 Studi Lapangan

Adapun studi lapangan yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data yang valid dan faktual yang diharapkan berkenaan dengan penelitian yang dilakukan mencakup beberapa cara diantaranya yakni:

1. Observasi Berperan Serta

Dengan observasi maka peneliti akan mendapatkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan. Karena dari observasi maka peneliti akan mendapatkan data-data yang diinginkan, dalam observasi berperan serta ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan dukanya, dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.

Sehingga peneliti dapat meneliti subjek yang akan diteliti tidak hanya dari luar saja tetapi juga peneliti dapat meneliti subjek yang akan diteliti dari dalam (meneliti berdasarkan dari *outsider* dan *inside*).

Dalam hal ini peneliti ikut dalam bebagai event/ acara yang di lakukan oleh SOG hal ini dilakukan dengan tujuan agar subjek tidak malu atau sungkan untuk memberikan informasi atau data-data yang diinginkan oleh peneliti. (Sugiyono : 2009)

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu wawancara merupakan suatu proses transmisi data dari seorang (nara sumber/ informan) kepada pewancara untuk melengkapi bidang yang diteliti oleh pewancara.

Teknk wawancara, peneliti menggunakan teknik wawancara tak berstruktur. Wawancara tak terstruktur bersifat luwes, susunan pertanyaannya dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah saat wawancara, termasuk karakteristik sosial-budaya (agama, gender,usia tingkat pendidikan, pekerjaan dan lain sebagainya) kepada responden yang dihadapi, misalnya peneliti boleh mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sama terhadap anggota-anggota yang ada pada suatu komunitas untuk meneliti bagaimana iklim komunikasi di komunitas tersebut, dengan artian cara kita bertanya kepada orang-orang yang diteliti harus berbeda tergantung dengan struktur sosial dari orang/informan yang diteliti (Mulyana : 2010).

Sedangkan menurut **Sugiono** dalam bukunya memahami penelitian kualitatif mengatakan:

> Wawancara tidak berstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya .pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar pemasalah yang akan ditanyakan.(sugiono, 2010,:74)

Wawancara tidak terstruktur atau terbuka, sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau malahan untuk penelitian yang lebih mendalam tentang subyek yang diteliti. Pada penelitian pendahuluan, peneliti berusaha mendapatkan informasi awal tetang berbagai isu atau permasalahan yang ada pada obyek, sehingga peneliti dapat menentukan secara pasti permasalahan atau variable apa yang harus diteliti.

Untuk mendapatkan gambaran permasalahn yang lebih lengkap, maka peneliti perlu melakukan wawancara pada pihak-pihak yang akan mewakili berbagai tingkatan yang ada dalam obyek. Misalnya wawancara dengan anggota SOG yang senior maupun anggota SOG yang baru masuk.

3. Dokumentasi

Memuat data-data pada penelitian sebagai upaya untuk menafsirkan segala hal yang ditemukan dilapangan, perlu adanya dokumentasi-dokumentasi dalam berbagai versi.

Studi dokumenter merupakan merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumen yang telah diperoleh kemudian dianalisis (diurai), dibandingkan dan dipadukan (sintesis)

membentuk satu hasil kajian yang sistematis, padu dan utuh. Jadi studi dokumenter tidak sekedar mengumpulkan dan menuliskan atau melaporkan dalam bentuk kutipan-kutipan tentang sejumlah dokumuen yang dilaporkan dalam penelitian adalah hasil analisis terhadap dokumen-dokumen tersebut. (ftka)

Pada penelitian ini, peneliti turut mendokumentasikan segala kegiatan atau aktivitas sehari-hari yang berhubungan dengan fokus penelitian yang dikaji, dalam hal ini adalah Loyalitas anggota komunitas SOG dalam studi deskriftip . Dari dokumentasi-dokumentasi tersebut kemudian dianalisis, dicermati segala manajemen komunikasi dan interaksi yang informan lakukan sebagai data yang menjadi pendukung dalam penelitian ini

3.2.3 Teknik Penentuan Informan

Subjek penelitian atau responden adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian juga membahas karakteristik subjek yang digunakan dalam penelitian, termasuk penjelasan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling (acak/non-acak) yang digunakan.

Peran subjek penelitian adalah memberikan tanggapan dan informasi terkait data yang dibutuhkan oleh peneliti, serta memberikan masukan kepada peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik purposive , teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu . Yang di mana pada awalnya peneliti sudah mempunyai informan dengan mengambil narasumber yang dianggap penting dalam penelitian ini. dengan narasumber sebagai beriktut :

A. Informan

Tabel. 3.1
Informan Peneliti

NO	Nama	Keterangan
1	Nano hermanto	Pengurus
2	Indra al zaini	Pengurus
3	Agus	Anggota
4	Didin kurniawan	Anggota

Sumber : *Peneliti Februari 2012*

B. Informan pendukung

Sebagai informan pendukung peneliti mencari informasi dari sumber komunitas motor lain di kota subang serta aparat kepolisian yang berada di kota subang Komunitas motor yang di jadikan informan oleh peneliti yakni

1. SMOKER (soldier Motor Knel), yang di mana komunitas ini beranggotakan yang mempunyai kendaraan beragam jenis motor tetapi keunikan dari komunitas ini mereka mempunyai anggota dari

salah satu sekolah menengah akhir yang berada di kota subang yang dimana keberadaan dari komunitas ini ada dari tahun 2006.

2.. informan yang kedua adalah salah satu aparat kepolisian yang bertugas di jalan atau polanlantas (polisi lalu lintas) polres subang.

3. informan yang ketiga adalah salah satu pedagang yang berjualan di sekitar sekretariat SOG Subang.

Tabel 3.2
Informan Pendukung Peneliti

NO	Nama	Keterangan
1	**Teguh**	**SMOKE**
2	**Devi**	**Polantas Polres Subang**
3	**Wawan Hermawan**	**Pedagang**

Sumber : *Peneliti Februari 2012*

3.2.4 Teknik Analisa Data

Menurut definisi yang dikemukakan oleh **Sugiyono:**

Analisis data diartikan sebagai proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. (sugiyono, 2005:89)

Setelah mendapat data yang diperlukan untuk penelitian ini maka langkah-langkah selanjutnya yang peneliti tempuh akan dijelaskan seperti di bawah ini :

1. Penyeleksian Data

Penyeleksian data adalah memilah data yang didapat untuk dijadikan bahan laporan dalam penelitian. Hal ini dilakukan agar data yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan penelitian dan dianggap relevan untuk dijadikan hasil laporan peneliti agar terjadi sinkronisasi. Data yang diperoleh bisa saja tidak sesuai dengan tujuan penenlitian maka dari itu dibutuhkan proses penyelesaian data.

2. Klasifikasi Data

Klasifikasi data merupakan pengkategorian data yang diperoleh berdasarkan bagian-bagian penelitian yang telah ditetapkan. Klasifikasi data dilakukan agar terdapat suatu batasan mengenai bahasan yang akan diteliti. Pengklasifikasian data akan membuat data-data menjadi tersusun secara sistematis yang nantinya bisa sangat membantu peneliti dalam proses penelitian.

3. Merumuskan Hasil Penelitian

Data-data yang diperoleh akan dirumuskan sesuai dengan pengklasifikasian data yang telah ditetapkan, perumusan hasil penelitian ini

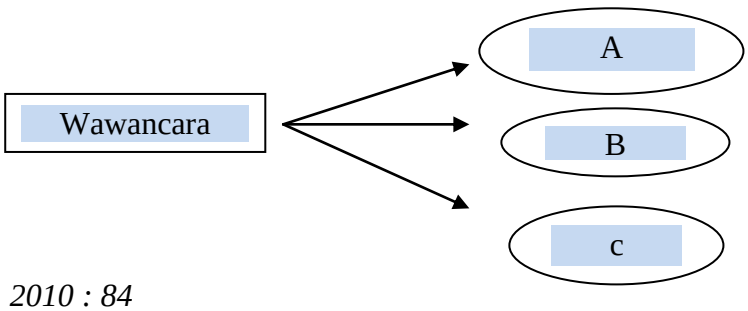
akan beragam dan akan dituangkan pada suatu bentuk laporan yang sistematis dan terarah.

4. Triangulasi Data

Menurut **Sugiyono** triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi data maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data.

Triangulasi teknik, berati peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda – beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi parsipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secaara serempak. Triangulasi sumber berarti, untuk mendapatkan data dari sumber yan berbeda – beda dengan tenik yang sama. Hal ini digambarkan

Gambar 3.3
Triangualsi Sumber



Sumber : Sugiono, 2010 : 84

5. Menganalisa Hasil penelitian

Tahap akhir dari proses yang telah berjalan adalah proses analisis penelitian. Dalam proses ini peneliti akan membandingkan beberapa teori yang telah ada atau dengan penelitian sejenis yang telah terlebih dahulu dilakukan. Hasilnya peneliti akan menemukan jawaban atas masalah yang ditelitinya dan mampu menguatkan hasil penelitian yang telah ada.

3.2.5 Lokasi dan waktu penelitian

3.2.5.1 Lokasi

Lokasi penelitian di daerah kabupaten Subang. Sedangkan lokasi Grup Motor SOG yaitu Jln. Makam Dalem bah Dongdo SUBANG – 40121 Telepon : 08562005986 Alamat Facebook: sog subang.

3.2.5.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian di lakukan selama 6 bulan dari Februari sampai Juli tahun 2012.

Tabel 3.3
Waktu dan Kegiatan Penelitian 2012

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																								
2	Penulisan Bab I,II,III																								
3	Bimbingan																								
4	Seminar up																								
5	Pengumpulan data																								
6	Wawancara																								
7	Penulisan Bab IV																								
8	Bimbingan																								
9	Penulisan Bab V																								

No	Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
10	Bimbingan																								
11	Penyusunan dan bimbingan keseluruhan draf																								
12	Acc keseluruhan draf																								
13	Sidang kelulusan																								

Sumber : *Peneliti Februari 2012*