

**POLA KOMUNIKASI DAN BUDAYA KELOMPOK KOMUNITAS VESPA**  
**(STUDI ETNOGRAFI KOMUNITAS MODERN VESPA CHAPTER BANDUNG)**  
***PATTERNS OF COMMUNICATION AND CULTURAL COMMUNITY GROUPS VESPA***  
***(Ethnographic Study of Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung)***

**Arimanto Oktavianus<sup>1)</sup>, Maylanny Christin, SS.,M.S.i<sup>2)</sup>, Ruth Mei Ulina Malau, S.I.Kom., M.I.Kom<sup>3)</sup>**

<sup>1,2</sup>Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung  
<sup>1)</sup>[Oktavianusiburian@gmail.com](mailto:Oktavianusiburian@gmail.com), <sup>2)</sup>[Maylannyschristin@gmail.com](mailto:Maylannyschristin@gmail.com), <sup>3)</sup>[Ruthmeimalau@gmail.com](mailto:Ruthmeimalau@gmail.com)

---

**Abstrak**

Penelitian ini membahas pola komunikasi dan budaya kelompok yang terbentuk dalam komunitas *Modern Vespa chapter Bandung* yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode etnografi. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis sosial dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menafsirkan makna yang dimiliki oleh anggota kelompok MoVe Bandung tentang dunia mereka. Pengumpulan data oleh peneliti meliputi observasi, dengan mengamati segala kegiatan yang terjadi di lokasi maupun kesekretariatan komunitas MoVe Bandung, melakukan wawancara secara mendalam dengan pertanyaan semi terstruktur, dan memanfaatkan studi kepustakaan yang relevan. Secara umum komunitas MoVe Bandung berangkat dari kesamaan hobi dan kecintaan terhadap vespa *modern* yang kemudian berkembang menjadi suatu kelompok dengan kegiatan positif yang dilakukan secara rutin sehingga terbentuk pola komunikasi dan budaya kelompok dengan solidaritas yang kuat. Komunitas *Modern Vespa chapter Bandung* pada dasarnya mengedepankan *ride, share, and charity*, tidak hanya itu komunitas ini menjunjung tinggi nilai sosial yang memberikan dampak positif bagi secara internal, dimana hal ini berhasil menjadi panutan dan menghasilkan ketertarikan dari berbagai pihak yang memandang dan mengetahui keberadaan komunitas ini.

**Kata kunci: Etnografi, Komunikasi, dan Budaya Kelompok**

---

**Abstract**

*This study discusses the cultural patterns of communication and community groups formed in Bandung chapter Modern Vespa which was then analyzed using ethnographic methods. Researchers used a social constructivist paradigm with qualitative approach that aims to interpret the meaning of which is owned by group members Bandung MoVe about their world. The collection of data by researchers include observation, to observe all the activities occurring at the location as well as secretarial MoVe Bandung community, conduct in-depth interviews with semi-structured questions, and utilize relevant literature study. Generally speaking community MoVe Bandung departing from a common hobby and love of modern Vespa, which later developed into a group with a positive activity that is conducted regularly to form a pattern of communication and cultural groups with strong solidarity. Community Modern Vespa Bandung chapter basically prioritize ride, share, and charity, not only is it momunitas embraces social values that have a positive impact internally, where it managed to become a role model and meghasilkan ketertarikan from various parties who see and know the existence of the community this.*

**Keywords: Ethnography, Communication, and Culture Group**

## 1. PENDAHULUAN

Gaya hidup masyarakat masa kini semakin mengikis nilai-nilai yang telah dianut dalam suatu masyarakat, sehingga mengakibatkan timbulnya perbedaan-perbedaan nilai antara generasi dimasa lampau dengan generasi di masa yang akan datang. Perkembangan budaya kearah modernisasi yang dinilai lebih praktis serta merta menimbulkan perubahan pola hidup masyarakat. Gaya menjadi segalanya bagi masyarakat, masing-masing dari mereka berupaya meningkatkan status sosialnya dan membangun citra modern. Gaya konsumeris pun melebur antara kebutuhan dan keinginan, mereka tidak lagi mementingkan nilai-guna suatu barang, namun lebih pada *prestige* yang diperoleh dari barang tersebut. Hal ini tercermin pula dalam dunia transportasi. Pengguna kendaraan bermotor di Indonesia setiap tahunnya semakin meningkat. Dikutip dari *Tribunnews.com*.

Komunitas menurut George Hillery Jr "*people living within a specific area, sharing common ties, and interacting with one another*" orang-orang yang hidup di suatu wilayah tertentu dengan ikatan bersama dan satu dengan yang lain saling berinteraksi. George Hillery Jr memfokuskan makna komunitas sebagai: 1) *the common elements of area* 2) *common ties* 3) *social interaction* (25/09/2015 [www.duniapelajar.com](http://www.duniapelajar.com), 09.00 WIB). Sementara itu, menurut Christensson dan Robinson "*people the live within a geographically bounded area who are involved in social interaction and have one or more psychological ties with each other an with the place in which they live*" orang-orang yang bertempat tinggal di suatu daerah yang terbatas secara geografis, yang terlibat dalam interaksi sosial dan memiliki satu atau lebih ikatan psikologis satu dengan yang lain dan dengan wilayah tempat tinggalnya. Dan melihat konsep komunitas mengandung empat komponen yaitu: 1) *people*, 2) *place or territory*, 3) *social interaksion*, 4) *psychological identification* (25/09/2015 [www.duniapelajar.com](http://www.duniapelajar.com), 09.00 WIB). Dari pernyataan dua ahli tersebut, dapat dikatakan bahwa komunitas adalah sekumpulan manusia yang tinggal pada geografis yang sama yang saling berinteraksi sosial dan memiliki suatu tujuan bersama untuk berkembang.

Vespa mengambil alih dunia dengan perkembangannya yang mewakili pergerakan global. Menjadi awal era revolusioner dalam *fashion*, kesenian dan segala bentuk kreativitas yang dipimpin oleh kaum muda yang terdorong oleh kebebasan, mengejar impian, dan mengikuti hasrat mereka. Semboyan klasik "Lebih Baik Naik Vespa" benar-benar mewujudkan semangat tersebut serta membuktikan pernyataan bahwa vespa bukan sekedar produk otomotif, namun juga pilihan gaya hidup. Vespa terus berkembang seiring kemajuan dalam peradaban masyarakat yang semakin modern, sehingga akan tetap hidup di generasi masa kini. Karena faktanya, vespa merupakan salah satu produk yang mempunyai hak istimewa, tetap klasik dalam bentuk yang modern. Secara bentuk, semua orang mengetahui vespa saat mereka melihat *scooter* vespa, baik bentuk yang lama maupun baru. Hal ini dikarenakan, secara filosofi dasar rancangan vespa masih dapat dilihat pada vespa baru yang mendapat sentuhan modern. Hal ini dinilai sangat penting untuk mengikuti perubahan waktu dan membayangkan masa depan (dikutip dalam: [www.id.vespa.com](http://www.id.vespa.com)).

Berawal dari kesamaan, *hobby*, dan kecintaan terhadap jenis motor vespa, para penggemar *scooter* di Kota Bandung pada saat ini saling bertukar informasi yang kemudian mendorong mereka untuk membentuk suatu komunitas dengan mengutamakan kekeluargaan antar anggotanya. Demikian pula yang terjadi pada komunitas modern vespa yang terdapat di kota kembang, Bandung. Komunitas Modern Vespa Indonesia (MoVe INA) *Chapter* Bandung ini telah berdiri sejak September 2011 dan menjadi Komunitas Modern Vespa terbesar yang ada di Bandung serta terdaftar resmi di dalam Ikatan Motor Indonesia (IMI). Terbentuk karena persamaan kecintaan sekumpulan orang yang memiliki *scooter matic* modern vespa. Memiliki sekretariat yang bertempat di Jl. Veteran No. 61, Bandung (Sekretariat MoVe Bandung).

Berdasarkan keseluruhan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Pola Komunikasi dan Budaya Kelompok Komunitas Vespa (Studi Etnografi mengenai Komunitas *Modern Vespa chapter Bandung*)". Yang menimbulkan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pola komunikasi pada Komunitas *Modern Vespa Chapter* Bandung?
2. Bagaimana budaya kelompok yang terbentuk dalam *Komunitas Modern Vespa Chapter* Bandung?

Dimana hal tersebut dianalisis menggunakan metode etnografi, yaitu analisis suatu kebudayaan kelompok, masyarakat, atau suku bangsa yang dihimpun dari lapangan dalam kurun waktu yang sama. Dalam penulisannya, penelitian ini mengacu pada studi deskriptif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme sosial.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Etnografi Komunikasi

Dalam konteks ilmu komunikasi, suatu proses komunikasi di belahan dunia manapun, selalu mengikuti satu alur kaidah tertentu. Sehingga suatu masyarakat atau kelompok bisa mengatakan seseorang bisa diterima suatu komunitas karena cara dia berkomunikasi (Engkus, 2008: 2).

Hymes (1972) dalam tulisannya yang berjudul *Models of Interactions of Language and Social Life*, menyatakan adanya delapan komponen yang dianggap berpengaruh pemilihan kode dalam bertutur. Komponen tersebut meliputi:

1. Tempat dan Suasana Tutur (*Setting*)
2. Tujuan Tutur (*Ends*)
3. Topik Pembicaraan (*Act Sequence*)
4. Nada (*Keys*)
5. Sarana Tutur (*Instrument*)
6. Norma Tutur (*Norms*)
7. Jenis Tuturan (*Genre*)

### 2.2 Interaksi Simbolik

Kuswarno (2008:22) mengatakan bahwa istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dalam lingkup sosiologi, sebenarnya ide ini telah dikemukakan oleh George Herbert Mead (guru dari Blumer) yang kemudian dimodifikasi oleh Blumer untuk tujuan tertentu. Karakteristik dasar ide ini adalah suatu hubungan yang terjadi secara alami antara manusia dalam masyarakat dan hubungan masyarakat dengan individu. Interaksi yang terjadi antar individu berkembang melalui simbol-simbol yang mereka ciptakan. Realitas sosial merupakan rangkaian peristiwa yang terjadi pada beberapa individu dalam masyarakat. Interaksi yang dilakukan antar individu itu berlangsung secara sadar dan berkaitan dengan gerak tubuh, vokal, suara, dan ekspresi tubuh yang kesemuanya itu mempunyai maksud dan disebut dengan "simbol" .

Pendekatan interaksi simbolik yang dimaksud Blumer mengacu pada tiga premis utama, yaitu:

1. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka.
2. Makna itu diperoleh dari hasil interaksi sosial yang dilakukan oleh orang lain.
3. Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial sedang berlangsung.

Interaksi simbolik dalam pembahasannya telah berhasil membuktikan adanya hubungan antara bahasa dan komunikasi. Sehingga, pendekatan ini menjadi dasar pemikiran ahli-ahli ilmu sosiolinguistik dan ilmu komunikasi.

## 3. METODELOGI PENELITIAN

Paradigma yang digunakan oleh peneliti adalah paradigma penelitian konstruktivisme sosial, dimana peneliti memiliki tujuan; yakni berusaha memaknai atau menafsirkan makna-makna yang dimiliki orang lain tentang dunia mereka.

Menurut Creswell (2010:11), konstruktivisme sosial meneguhkan asumsi bahwa individu-individu selalu berusaha memahami dunia dimana mereka hidup dan bekerja. Mereka mengembangkan makna-makna subjektif atas pengalaman-pengalaman mereka. Kemudian makna-makna diarahkan pada objek-objek atau benda-benda tertentu. Peneliti memiliki tujuan utama; yaitu berusaha memaknai atau menafsirkan makna-makna yang dimiliki orang lain tentang dunia ini.

#### 4. PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang peneliti peroleh ini berdasarkan olah data melalui observasi dan wawancara selama berada di lapangan bersama dengan Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung di tahun 2016 ini.

##### **Pola Komunikasi Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung**

Pola dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mempunyai arti sistem atau tata kerja, yang secara mendalam dapat diartikan suatu susunan yang terdiri atas pilihan berdasarkan fungsinya yang saling bergantung dan saling menentukan. Komunikasi dalam arti secara umum adalah proses penyampaian pesan baik langsung ataupun tidak langsung dari komunikator kepada komunikan.

Jadi, pola komunikasi dapat didefinisikan sebagai suatu sistem penyampaian pesan yang dapat melalui simbol atau lambang, yang mengandung arti, dan dapat menghasilkan efek penciptaan makna untuk mengubah tingkah laku individu yang lain.

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan ada empat pola komunikasi di dalam Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung yang tanpa mereka sadari saling berkesinambungan serta efektif dan efisien dalam setiap kegiatan Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung.

##### **1. Pola Komunikasi Interpersonal**

Pola komunikasi interpersonal yang terjadi secara langsung antara komunikator dengan komunikan ini menyebabkan efektivitas komunikasi antar sesama anggota komunitas. Hal ini terjadi di dalam komunitas MoVe Bandung, berawal dari masuknya anggota baru yang secara langsung masih menjaga sikap dan malu-malu sehingga anggota baru komunitas hanya berbicara kepada satu atau dua orang saja pada awalnya.

Ini terjadi di awal pertemuan dan datangnya anggota baru pada kegiatan komunitas. Komunikasi secara langsung ini juga terjadi antara anggota baru dengan ketua komunitas sebagai orang panutan dan dianggap lebih mengetahui segala sesuatu tentang komunitas MoVe Bandung. Dimulai sejak pertama kali masuk komunitas, anggota baru pasti akan bertanya kepada dirinya sendiri apakah dia pantas dan tepat untuk memilih masuk dalam komunitas ini. Tentu juga bertanya-tanya mengenai hal yang belum pernah dia ketahui tentang komunitas MoVe Bandung, dalam kondisi yang seperti ini anggota baru akan angkat suara dan memberanikan diri untuk bertanya pada seseorang anggota lama mengenai hal yang belum dia ketahui dan pahami sebelumnya.

Selain terjadi pada anggota baru, komunikasi interpersonal ini juga berlangsung pada anggota komunitas yang sudah lama berada dalam komunitas dan memiliki rekan terdekat di dalam komunitas. Biasanya komunikasi interpersonal ini terjadi di dalam Komunitas MoVe Bandung pada saat waktu senggang kegiatan dan topik pembicaraan ini biasanya berupa ulasan atau opini terhadap hal-hal atau kejadian yang terjadi selama kegiatan MoVe Bandung berlangsung. Hal seperti ini yang termasuk ke dalam pola komunikasi interpersonal dalam Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung.

##### **2. Pola Komunikasi Kelompok**

Komunitas juga bisa dibilang sebagai kelompok karena sama-sama terdiri dari beberapa anggota. Terdapat tiga jenis pola komunikasi kelompok diantaranya kelompok kecil yang berisikan satu sampai lima orang, selanjutnya ada kelompok sedang yang berisikan anggota enam sampai lima belas orang, lalu yang terakhir adalah kelompok besar yang berisikan anggota lima belas orang lebih.

Tentunya terdapat ketiga jenis pola komunikasi kelompok di dalam Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung ini. Dimulai dari kelompok kecil dimana anggota divisi media sosial yang beranggotakan tiga orang, divisi turing yang beranggotakan dua orang yang masing-masing divisinya melakukan rapat atau berunding mengenai apa yang harus dicanangkan pada masing-masing divisi untuk ke depannya. Seperti admin divisi media sosial terdapat tiga orang yang sama-sama membahas mengenai konten media sosial ke depannya atau yang akan segera berlangsung. Mereka berdiskusi untuk mendapatkan sebuah kesepakatan yang akan mereka sepakati bersama-sama.

Kemudian terjadi pola komunikasi kelompok sedang di dalam Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung. Hal ini bisa dilihat disaat struktural MoVe Bandung sedang melaksanakan rapat rutin kepengurusan. Struktural yang beranggotakan lima belas orang ini berdiskusi menyatukan pikiran tanpa turut serta anggota komunitas MoVe Bandung yang berada di luar struktural. Inilah bentuk pola komunikasi kelompok sedang di dalam Komunitas MoVe Bandung.

Yang terakhir, pola komunikasi kelompok besar ini sangat jelas terjadi di dalam Komunitas MoVe Bandung karena beranggotakan kurang lebih delapan puluh orang. Pola komunikasi kelompok besar ini banyak terjadi disaat MoVe Bandung sedang melaksanakan kegiatan secara bersama-sama diantaranya pada saat ngopdar mereka bercengkrama dan berbicara secara keseluruhan. Selain itu juga terjadi disaat mereka melaksanakan bakti sosial, fun sports, bahkan ketika mereka sedang truing ataupun one day trip. Tidak dipungkiri juga, komunikasi kelompok besar terjadi disaat MoVe Bandung kedatangan tamu komunitas lainnya ataupun berkunjung ke tempat komunitas lainnya.

Ketiga pola komunikasi kelompok ini terjadi di dalam Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung karena kuantitas mereka yang bisa dipilah-pilah berdasarkan status keanggotaan mereka sendiri di dalam komunitas ini. Semua ini terjadi tanpa mereka sadari dan berjalan lancar di dalam kegiatan serta rutinitas Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung.

### **3.Pola Komunikasi Organisasi**

Pola ini biasanya terjadi di dalam organisasi baik yang bersifat formal maupun informal. Pola ini berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada pola komunikasi kelompok. Dalam arti lain dapat diartikan sebagai kelompok dari kelompok-kelompok.

Meskipun Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung menyatakan diri mereka sebagai sebuah keluarga, tidak bisa dipungkiri pola komunikasi organisasi terjadi di dalam komunitas ini. Terlihat jelas dari struktural jabatan yang dimiliki oleh MoVe Bandung itu sendiri. Serta MoVe Bandung bagian dari MoVe Jabar dan tentunya bagian dari MoVe Indonesia.

Selain dilihat dari struktural kepengurusan, pola komunikasi organisasi ini terlihat disaat MoVe Bandung turut serta dalam menghadiri Jambore Nasional Move Indonesia yang pada waktunya berlangsung, terjadi diskusi formal antara MoVe Bandung dengan MoVe lainnya di seluruh Indonesia.

Terdapat pula koordinator wilayah yang mengatasi ketua komunitas dalam bagan struktural kepengurusan MoVe Bandung. Memiliki tema yang sesuai dengan tujuan bersama komunitas yaitu *ride, share, and charity*.

Adanya ruang yang membatasi disaat mereka melakukan rapat rutin keseluruhan anggota komunitas MoVe Bandung juga mencerminkan terdapat pola komunikasi organisasi di dalam komunitas ini. Karena pada akhirnya keputusan dari setiap rapat atau diskusi yang dilaksanakan keluar dari mulut seorang ketua komunitas. Semakin jelas menandakan bahwa adanya pola komunikasi organisasi yang menyelimuti pola komunikasi kelompok di dalam Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung.

### **4.Pola Komunikasi Massa**

Adalah pola komunikasi yang menggunakan media sebagai alat atau sarana bantu yang mempermudah komunikasi dalam menerima pesan. Biasanya menggunakan media elektronik seperti *handphone*. Mempunyai karakter dimana pesan terbuka untuk umum atau khalayak yang banyak dan bersifat heterogen atau terdapat berbagai macam jenis informasi.

Proses dimana divisi media sosial mengunggah sebuah informasi di dalam media sosial seperti *instagram, youtube, dan path* menandakan media sosial tersebut sebagai media terjadinya pola komunikasi massa Komunitas MoVe Bandung terhadap khalayak banyak dan berisikan berbagai macam jenis konten bukan hanya mengenai kegiatan vespa, melainkan seperti mengunggah kegiatan bakti sosial. Ataupun juga proses komunikasi sesama anggota komunitas di dalam grup *line* MoVe Bandung dan berinteraksi satu sama lain.

Hal ini juga termasuk dalam jenis promosi MoVe Bandung di media sosial dan juga sebaliknya MoVe Bandung membantu pihak lain dalam mempromosikan suatu hal di dalam media sosial MoVe Bandung. Pola komunikasi massa ini memperlengkap pola komunikasi lainnya yang terdapat di dalam MoVe Bandung.

Peneliti mendapatkan hasil empat pola komunikasi yang terdapat di Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung. Pola komunikasi ini saling berkaitan dan berkesinambungan selama berjalannya setiap kegiatan dan rutinitas Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung.

Berawal dari pola komunikasi interpersonal masing-masing anggota MoVe Bandung, dilanjutkan dengan kesatuan di dalam pola komunikasi kelompok yang diselimuti oleh jelasnya arah dari pola komunikasi organisasi dan dilengkapi dengan pola komunikasi massa yang baik, komunitas MoVe Bandung telah berjalan dengan sangat baik dan berkembang sebagai salah satu komunitas modern vespa terbesar di Kota Bandung.

Terbentuknya keempat pola komunikasi tersebut terjadi karena pertukaran interaksi sosial yang dilakukan oleh seluruh isi komunitas MoVe Bandung sendiri. Interaksi simbolik mengungkapkan bahwa proses interaksi sosial akan membuat anggota komunitas dapat memahami satu sama lain dan lingkungan di sekitar komunitas berdasarkan hasil pembelajaran juga pengalaman yang dialami oleh anggota komunitas MoVe Bandung. Melalui simbol-simbol yang dapat menyerupai kata, gerak tubuh, peraturan komunitas, dan masing-masing peran yang menghasilkan suatu pemaknaan yang sama dalam satu lingkungan komunitas MoVe Bandung.

### **Budaya Kelompok yang terbentuk dalam Komunitas MoVe Chapter Bandung**

Setelah peneliti mendeskripsikan hasil penelitian mengenai pola komunikasi, pada bagian ini peneliti akan mencoba mendeskripsikan budaya kelompok yang terbentuk dalam Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung. Budaya kelompok yang dimaksudkan oleh penulis adalah sesuatu hal yang dimiliki oleh sebuah kelompok ataupun komunitas yang diwariskan dari generasi ke generasi dan menjadi sebuah ciri tersendiri dari komunitas MoVe Bandung itu sendiri.

Tentunya dalam mendeskripsikan budaya kelompok dari komunitas ini, peneliti berangkat dari olah data wawancara dan observasi di lapangan. Melihat MoVe Bandung dari kegiatan rutin yang mereka lakukan terlihat bahwa komunitas tersebut memiliki banyak kegiatan yang terlihat unik dan berbeda dengan komunitas lain karena didasari dengan rasa kebersamaan yang kuat.

Terlihat dari awal terbentuknya komunitas ini, berbagai macam kalangan mengisi komunitas yang sudah berjalan selama lima tahun ini. Dimulai dari mahasiswa, kalangan pekerja, hingga kalangan yang mengabdikan dirinya untuk bekerja dalam bidang vespa seperti membuka bengkel vespa ataupun mengoleksi vespa antik. Profesi dan usia tidak menghalangi mereka dalam berkarya dan juga berkomunitas, karena pada dasarnya mereka berkumpul atas dasar keinginan hati masing-masing yang berpusat pada kesenangan dan kecintaan terhadap vespa modern.

Setelah meninjau dari jenis profesi kalangan masing-masing anggota komunitas, peneliti melihat persamaan antara anggota komunitas satu terhadap anggota komunitas yang lainnya. Seperti layaknya tema MoVe Bandung di tahun ini (*ride, share, and charity*), seluruh anggota MoVe Bandung dapat menginterpretasikan tema tersebut dengan baik. Sebuah komunitas yang baik adalah sebuah komunitas yang mampu mencapai tujuan komunitas bukan hanya karena kebersamaan mereka tetapi juga dari masing-masing individu anggota komunitas yang memiliki kesadaran dalam menginterpretasikan tujuan komunitas itu.

*Ride* atau berkendara adalah kegiatan yang wajib dilakukan oleh banyak komunitas vespa. Terdapat perbedaan dengan komunitas lainnya yang sederhana tetapi sangat signifikan yang dimiliki MoVe Bandung, yaitu penegasan *safety riding*. *Safety riding* bukan hanya diingatkan oleh divisi tata tertib melainkan juga saling mengingatkan satu sama lain. Hal dasar yang sering dilupakan oleh berbagai macam komunitas vespa lainnya dan terkadang disepelekan. *Share* atau berbagi satu sama lain sangatlah berguna, biasanya komunitas vespa hanya berbicara seputaran tentang vespa, tetapi di MoVe Bandung ini apa yang mereka ketahui dan pahami, mereka akan berbagi satu sama lain untuk menambah wawasan mereka. *Charity* atau amal adalah ciri khas paling utama dari MoVe Bandung. Kegiatan amal yang dilakukan oleh MoVe Bandung ini bukan hanya fleksibel pada saat terjadi bencana alam saja, sekalipun tidak ada bencana alam mereka tetap melakukan bakti sosial sambil berbagi kepada sesama umat manusia.

Dari deskripsi mengenai budaya kelompok di atas, peneliti menyimpulkan bahwa keefektifitas dan keefisienitas keempat pola komunikasi mempengaruhi terbentuknya budaya kelompok MoVe Bandung yaitu solidaritas yang kuat antara sesama anggota komunitas tanpa memandang umur dan profesi. Hal ini terjadi dikarenakan karena intensitas waktu berkumpul komunitas yang sangat

berkualitas. Sehingga masing-masing individu anggota komunitas dapat terekplor tanpa mereka sadari dengan berbagai kegiatan yang mereka lewati, penderitaan yang mereka tanggung bersama atau sepenanggungan, kekompakan dalam berkomunikasi secara komunitas, kesamaan pengalaman yang mereka dapat di waktu yang sama dengan kegiatan yang sama, dan juga karena anggota komunitas senang dan ikhlas dalam menjalankan setiap rutinitas kegiatan Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung.

Untuk itu, budaya kelompok yang terbentuk dalam Komunitas MoVe Bandung adalah solidaritas sesama anggota komunitas yang mendasari dari dalam diri setiap masing-masing anggota dalam menjalankan setiap kegiatan. Budaya kelompok inilah yang membuat komunitas itu sendiri berkembang dari hari ke hari dan menciptakan kekeluargaan di dalam komunitas semakin kuat. Dalam istilah lain yaitu dari komunitas, oleh komunitas, dan untuk komunitas

### **Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung ditinjau dari Model SPEAKING Dell Hymes**

Untuk menganalisis pola komunikasi dan budaya kelompok dalam Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung, peneliti menggunakan model SPEAKING Dell Hymes yang terdiri atas : *Setting, Participants, Ends, Act, Sequences, Key, Instrumental, Norms, and Genre*. Model tersebut akan mendeskripsikan secara ringkas mengenai Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung.

#### **1.Setting**

Atau juga bisa disebut dengan tempat pelaksanaan kegiatan yang akan menciptakan suasana resmi atau tidak resmi, akrab atau tidak akrab, dan lainnya. Setting yang meliputi ruang dan waktu pada Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung pada awalnya adalah pada saat berdirinya Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung tanggal 13 Oktober 2011 di sekretariat yang beralamat di Jl. Pelajar Pejuang, Bandung, Jawa Barat. Selanjutnya tempat kegiatan-kegiatan MoVe Bandung berlangsung di kafe pada saat ngopdar dan juga lokasi tujuan touring jauh MoVe Bandung.

#### **2.Participants**

Adalah orang-orang yang turut hadir dan berpartisipasi dalam setiap pelaksanaan kegiatan MoVe Bandung. Orang-orang yang hadir adalah struktural kepengurusan dan seluruh anggota Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung serta orang lain yang hadir dalam kegiatan MoVe Bandung ini seperti komunitas lainnya, korban bencana alam yang menerima bantuan dari MoVe Bandung, dan biasanya juga pacar atau istri dari masing-masing anggota MoVe Bandung.

#### **3.Ends**

Ends merupakan tujuan dari dibentuknya Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung dan tujuan dilaksanakannya setiap kegiatan rutin komunitas. Secara umum, tujuan dibentuknya MoVe Bandung ini adalah pelebaran sayap dari MoVe Indonesia di daerah ibukota Jawa Barat. Secara khusus, tujuan dibentuknya MoVe Bandung karena kesadaran diri pendiri komunitas yaitu Kang Admy dan Kang Danang untuk memebentuk wadah penyalur hobi kesenangan bagi para pecinta modern vespa di kota Bandung.

Sedangkan tujuan dilaksanakannya setiap kegiatan rutin MoVe Bandung adalah untuk pengembangan kualitas komunitas, menjalin tali silaturahmi, dan juga untuk mempererat kekeluargaan sesama anggota komunitas.

#### **4.Act Sequences**

Hal ini mengacu pada penggunaan bahasa /kata-kata serta hubungannya dengan suatu topik yang dilakukan oleh seluruh anggota MoVe Bandung. Bahasa yang digunakan oleh MoVe Bandung dalam setiap kegiatan rutusnya adalah bahasa Indonesia yang tidak terlalu formal. Disaat rapat rutin dan Jambore Nasional biasanya MoVe Bandung menggunakan bahasa Indonesia yang formal. Pada dasarnya disaat kumpul ngopdar atau fun sports, MoVe Bandung menggunakan bahasa Indonesia yang tidak formal dan dicampur dengan bahasa asli khas Bandung yaitu bahasa Sunda karena lebih nyaman digunakan untuk sesuatu yang berbau humor dan obrolan santai.

#### **5.Key**

Key atau nada mengacu pada intonasi dan penggunaan kata-kata yang dipengaruhi oleh emosi pembicaranya. Di dalam MoVe Bandung, biasanya nada-nada yang digunakan adalah nada santai yang lebih mengacu pada keakraban sesama anggota komunitas. Berbeda hal disaat touring, Kang Danang dan Kang Dwi menggunakan intonasi tegas dan agak sedikit keras agar perjalanan touring berjalan tanpa ada kesalahan-kesalahan yang timbul dari dalam MoVe Bandung itu sendiri.

### 6. Instrument

Lebih mengacu pada jalur bahasa yang digunakan dalam komunitas MoVe Bandung baik secara verbal ataupun non verbal serta lisan ataupun tertulis. Jalur bahasa verbal dan lisan biasanya terjadi disaat MoVe Bandung berkumpul untuk ngopdar dan langsung tatap muka serta berinteraksi satu sama lain. Jalur bahasa verbal dan tulisan biasanya terjadi di dalam MoVe Bandung disaat sedang berinteraksi di dalam grup line, pemberian informasi di media sosial MoVe Bandung itu sendiri.

Sedangkan jalur bahasa non verbal lebih banyak terlihat dalam MoVe Bandung pada saat sedang berkendara modern vespa, yaitu disimbolkan dengan klakson untuk menyapa komunitas vespa lain, menyalakan sen motor untuk menandakan jalan harus berbelok.

### 7. Norm

Lebih mengacu kepada norma-norma atau aturan yang berlaku dalam Komunitas MoVe Bandung itu sendiri. Dalam budaya dan kode etik berkendara motor, tentunya MoVe Bandung menekankan safety riding untuk keselamatan komunitas dalam berkendara. Selain itu, di dalam MoVe Bandung harus mengedepankan kekeluargaan sesama pengendara vespa seperti menyapa saat bertemu dengan pengendara atau komunitas vespa lain hingga membantu jika ada pengendara vespa yang mengalami mogok, karena itu merupakan asas pengendara vespa, satu vespa berjuta saudara.

### 8. Genre

Mengacu pada jenis bentuk penyampaian seperti narasi, puisi, pantun, dan lain-lain. Dalam komunitas MoVe Bandung, ini terjadi disaat penasehat komunitas memberikan sebuah nasehat-nasehat sebagai acuan untuk mendapatkan solusi dari setiap masalah atau pergumulan yang sedang dirundingkan atau dibahas pada saat apat rutin maupun ngopdar dan Jambore Nasional.

## 5. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Vespa merupakan kendaraan unik yang berbeda bentuk mesin dan modelnya dengan produk motor asal Asia. Hal ini menekankan keunikan dan kebanggaan mengendarai vespa yang dinyatakan bahwa Indonesia sebagai konsumen vespa terbanyak kedua di dunia setelah negara asli vespa berasal yaitu Italia. Khususnya di Bandung, pengendara vespa modern sangatlah banyak. Dengan berbagai faktor alasan untuk memiliki vespa modern, masyarakat kota Bandung banyak membentuk sebuah perkumpulan maupun komunitas vespa.

Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung adalah salah satu dari banyaknya komunitas modern vespa yang ada di Indonesia khususnya di kota Bandung. Berangkat dari kesamaan hobi dan kecintaan terhadap vespa modern serta perkembangan zaman yang semakin maju, Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung hadir dengan nuansa komunitas yang berbeda dari komunitas vespa lainnya. Dengan berbagai keunikan dan ciri khas komunitas yang sangat berbeda.

Karena ciri khas dan keunikan komunitas Modern Vespa Chapter Bandung, komunitas ini memiliki kegiatan rutin menarik yang mengandung keempat pola komunikasi yaitu pola komunikasi interpersonal, pola komunikasi kelompok, pola komunikasi organisasi, dan pola komunikasi massa. Dari kegiatan rutin dan keempat pola komunikasi ini, terbentuklah budaya kelompok yaitu solidaritas komunitas yang sangat kuat antar sesama anggota Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung.

Komunitas yang pada dasarnya mengedepankan *ride, share, and charity* ini berhasil menjadi panutan dan menghasilkan ketertarikan dari berbagai pihak yang memandang dan mengetahui keberadaan komunitas ini. Menjujung tinggi nilai sosial yang aktif dan berdampak positif bagi internal komunitas maupun masyarakat Kota Bandung dan juga bagi komunitas vespa lainnya.

Setiap orang di dalam komunitas ini memegang peranan yang berkaitan dalam keberlangsungan hidup Komunitas Modern Vespa Chapter Bandung. Karena komunitas tanpa anggota adalah mati dan tidak akan terwujudnya tujuan komunitas. Inilah kesimpulan penelitian mengenai Pola Komunikasi Dan Budaya Kelompok Komunitas Vespa (Studi Etnografi Komunitas Modern Vespa Kota Bandung) berdasarkan setiap tahapan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di lapangan.



## 5.2 Saran

Beberapa saran yang peneliti sampaikan berdasarkan penelitian ini antara lain:

1. Masyarakat khususnya di Kota Bandung yang turut serta dalam komunitas vespa untuk terus melanjutkan budaya solideritas yang kuat serta menjadi dampak positif bagi lingkungan sekitar dan untuk semua orang.
2. Di waktu yang akan mendatang, akan semakin banyak orang yang akan mengendarai modern vespa. Dan ini akan menjadi suatu hal yang baru disaat produk motor Asia di Indonesia akan disaingi oleh produk vespa asal Italia. Sehingga perlu banyak lagi studi dari beragam perspektif ilmu pengetahuan mengenai pengendara modern vespa maupun komunitas modern vespa.
3. Lebih disosialisasikannya filosofi dalam mengendarai modern vespa, baik tujuan dan konsekuensinya. Karena berdasarkan peneliti di lapangan, masih banyak pengendara vespa yang tidak mengetahui kode etik budaya mengenai vespa dari zaman vespa klasik sampai vespa modern ini. Mengendarai modern vespa bukan untuk ajang pamer, melainkan penyaluran kesenangan murni yang berasal dari hati terhadap modern vespa asal Italia ini.