

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dalam hidup manusia. Dalam kehidupan di dunia, manusia memiliki predikat sebagai makhluk sosial karena manusia adalah makhluk yang saling berinteraksi satu dengan yang lain. Dari hasil interaksi tersebut, lahirlah kelompok-kelompok atau komunitas yang dibentuk untuk mencapai sebuah tujuan bersama. Komunitas adalah kelompok sosial yang memiliki batas wilayah, nilai keyakinan, serta minat yang sama serta memiliki rasa untuk saling mengenal dan berinteraksi antar anggota satu dengan yang lain. Koentjaraningrat (Latifah & Chotim, 2018) mendefinisikan komunitas sebagai sebuah kesatuan hidup manusia yang menempati sebuah wilayah yang nyata dan berinteraksi berdasarkan suatu sistem adat dan terikat oleh sebuah rasa identitas suatu komunitas. Komunitas terdiri dari lebih dari satu orang dan para anggotanya saling peduli satu dengan yang lain lebih dari seharusnya, selain itu para anggota komunitas saling menjalin relasi pribadi yang erat karena adanya kesamaan atau tujuan.

Vespa merupakan merek sepeda motor berjenis skuter berasal dari wilayah Pontedera Italia yang diproduksi oleh perusahaan bernama Piaggio. Vespa mulai diciptakan sejak tahun 1946 dan hingga saat ini Vespa masih menjadi alat transportasi yang memiliki daya tarik tersendiri bagi sebagian orang karena bentuknya yang unik dan sensasi berbeda yang dirasakan saat mengendarai motor

Vespa (Adrianto, Maryo, & Ramlan, 2018). Di berbagai kota, termasuk Yogyakarta banyak ditemukan komunitas Vespa baik Modern atau Klasik. Komunitas Vespa di Indonesia memiliki berbagai karakter dan ciri khas yang ditonjolkan sebagai identitasnya, misalnya komunitas pecinta motor vespa klasik yang memiliki kesamaan tipe motor Vespa dengan ciri khas klasik yang dimiliki oleh para anggotanya.

Saat mendengar kata Vespa pasti hal yang terlintas dalam pikiran adalah hal-hal yang positif, mulai dari konsep klasik hingga jalanan. Vespa adalah sebuah gaya hidup bagi sebagian orang yang mengusung idenitas klasik serta budaya. Di Indonesia terdapat berbagai komunitas Vespa dengan beragam aliran yang berkembang dari kreativitas masyarakat lokal Indonesia. Zhafira (2022) menjelaskan bahwa menurut Shift yang merupakan Presiden dari Vespa World Cup Former komunitas Vespa di Indonesia memiliki budaya dan jiwa yang mirip dengan Inggris di mana Vespa bukan hanya sekedar kendaraan melainkan sebagai gaya seseorang dalam berkendara.

Pada kenyataannya, keberadaan komunitas Vespa di Indonesia semakin maju dan berkembang. Bahkan saat ini sudah banyak wanita yang mengendarai Vespa dan bergabung dengan komunitas sehingga ada perspektif baru terkait komunitas Vespa yang berkembang di negara dengan mayoritas penduduk muslim. Selain itu, banyak juga ditemui komunitas Vespa di Indonesia yang menggunakan ciri-ciri rompi sebagai identitas mereka saat melintasi jalanan sehingga menjadikan keunikan tersendiri dalam sebuah komunitas motor. Di tahun 2018 teridentifikasi ada sekitar empat puluh ribu pengguna Vespa yang masih setia menggunakan

Vespa klasik, dan hingga saat ini kecintaan masyarakat terhadap Vespa klasik masih terus bertambah. Selain itu, jumlah komunitas Vespa di Indonesia merupakan komunitas terbesar kedua di dunia setelah Italia dan Indonesia adalah rumah bagi para komunitas penggemar Vespa (Herman, 2018).

Praditia (2023) menjelaskan bahwa anak-anak pecinta Vespa seringkali mendapat stigma buruk di mana mereka dinilai sebagai geng motor yang urakan, anarkis, serta *kere* (miskin). Di Yogyakarta terdapat beberapa komunitas vespa salah satunya adalah Komunitas 60s Yogyakarta yang banyak melakukan kegiatan yang selaras dengan komitmen komunitas ini yakni untuk menebar virus tertib berlalu lintas. Komunitas 60s Yogyakarta adalah komunitas Vespa yang memiliki tujuan untuk menampung, serta menghimpun pemilik dan pengendara vespa dengan bodi bulat untuk memberikan kesadaran pada masyarakat terkait hukum dan aturan lalu lintas. Ada beberapa kegiatan yang dilakukan para anggota 60s Yogyakarta sebagai upaya dalam mewujudkan tujuan komunitas di antaranya melakukan pertemuan yang positif, melakukan darmawisata dengan berkendara menggunakan vespa, serta melakukan kunjungan ke objek wisata atau tempat bersejarah untuk bisa menambah pengetahuan. Selain itu, komunitas 60s juga sering menyelenggarakan bakti sosial, bazaar, bahkan pameran vespa klasik (Priyanti, 2021).

Tujuan yang dimiliki komunitas 60s Yogyakarta adalah tujuan yang bermanfaat bagi kehidupan masyarakat di Indonesia mengingat hingga saat ini masih banyak kecelakaan lalu lintas terjadi akibat rendahnya disiplin tertib lalu lintas dalam berkendara (Kurniawan & Kurniawan, 2022). Hal tersebut menjadi

alasan ketertarikan peneliti untuk meneliti komunitas 60s di tengah adanya stigma negatif para pengendara Vespa di Indonesia. Peneliti akan menggali bagaimana proses komunikasi kelompok anggota komunitas 60s Yogyakarta dengan menggunakan teori identitas sosial. Terkait komitmen menebar virus tertib lalu lintas yang sudah ada semenjak komunitas tersebut berdiri.

Teori identitas sosial menurut Henri Tajfel dan John Turner pada tahun 1970-an merupakan teori yang menyatakan bahwa individu memperoleh sebagian konsep diri dari keanggotaannya dalam sebuah kelompok sosial. Identitas sosial merupakan pengetahuan bahwa seseorang merupakan milik dari lingkungan sosial ataupun kelompok. Tjafel & Turner (dalam Widhartoko, 2020) menyatakan bahwa identitas sosial dari seseorang dapat ditentukan dari kelompok mana seseorang itu tergabung, sehingga seseorang akan memiliki motivasi untuk bergabung dengan kelompok yang dianggap menarik serta memberikan keuntungan bagi mereka yang bergabung. Pada dasarnya identitas adalah proses identifikasi dalam interaksi yang terjadi antara individu dengan individu atau kelompok sosial lain. Kemunculan identitas tentunya didasari oleh beberapa faktor misalnya asosiasi individu terhadap organisasi atau kelompok sosial tertentu yang memiliki kesamaan hobi, tempat tinggal, atau geografis wilayah (Sudikan & Ristantika, 2023). Setiap individu berusaha untuk membangun sebuah identitas sosial, representasi diri yang dapat membantu seseorang untuk dapat mengkonseptualisasi diri dan kelompok sosial memiliki ciri khas dalam kebersamaannya. Perspektif terkait dengan identitas sosial merupakan sebuah kesadaran yang dimiliki seseorang yang fokusnya pada hubungan antar individu bahkan antar kelompok.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti dalam meneliti proses komunikasi kelompok dalam membentuk identitas sosial. Penelitian pertama berjudul “Gambaran Identitas Diri pada Komunitas Vespa di Blitar” oleh Rizka Muslihatul M, Hengki Hendra Pradana, dan Alaiya Choiri Mufidah. Penelitian yang dilakukan di tahun 2021 oleh mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Blitar tersebut menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa identitas diri anggota komunitas vespa dapat dilihat dari cara berpenampilan, hingga komitmen dalam mengikuti komunitas Vespa. Para anggota komunitas memiliki komitmen tinggi untuk mengikuti komunitas Vespa.

Penelitian kedua berjudul “Pola Komunikasi Kelompok pada Komunitas Scooter “VESPA” dalam Menjalin Hubungan Solidaritas” oleh Heriawan. Penelitian yang dilakukan di tahun 2016 dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif menunjukkan bahwa Ikalan Scooter Wonogiri menggunakan pola komunikasi diadik antar masing-masing anggota dalam menjalin hubungan solidaritas. Berdasarkan kedua penelitian tersebut terdapat perbedaan dan kesamaan dengan penelitian ini. Kesamaan dalam penelitian ini terdapat pada tujuan penelitian yakni untuk mengetahui identitas anggota sebuah komunitas. Namun terdapat perbedaan dan kebaruan pada penelitian ini, dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana pembentukan identitas sosial sebuah komunitas ditinjau dari komunikasi kelompok yang berjalan. Selain itu, objek dalam penelitian ini juga berbeda dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yakni Komunitas 60's Yogyakarta yang merupakan

komunitas vespa klasik di wilayah Yogyakarta. Oleh sebab itu, konteks penelitian ini, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut terkait proses komunikasi kelompok anggota Komunitas 60's dalam membentuk identitas sosial.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis paparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses komunikasi anggota komunitas Vespa 60's dalam pembentukan identitas sosial?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui proses komunikasi kelompok anggota komunitas Vespa 60's dalam membentuk identitas sosial.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian Ilmu Komunikasi dan memperkaya kajian dalam bidang komunikasi dalam kaitannya terhadap teori komunikasi kelompok dalam proses pembentukan identitas kelompok.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian yang dilakukan secara praktis harapannya dapat membuka wawasan masyarakat umum mengenai komunikasi kelompok dalam membentuk identitas sosial.

E. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan sebuah pendukung dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, hal tersebut dikarenakan kerangka teori adalah wadah yang akan menjelaskan teori yang berhubungan dengan fenomena yang diteliti dalam penelitian ini yakni proses komunikasi kelompok anggota Komunitas 60's dalam membentuk identitas sosial. Arikunto (2006) menjelaskan bahwa kerangka teori adalah wadah yang menerangkan pokok permasalahan dalam penelitian. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan teori komunikasi kelompok untuk melihat komunikasi yang terjalin dalam Komunitas 60's dan melakukan analisis dalam proses selanjutnya. Selain itu peneliti juga menggunakan teori identitas sosial sebagai acuan untuk meneliti bagaimana komunikasi kelompok dapat membentuk identitas sosial dalam Komunitas 60's Yogyakarta. Dengan demikian, penjelasan terkait kerangka teori penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi Kelompok

1.1 Definisi Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok merupakan sekumpulan individu yang memiliki tujuan bersama, saling berinteraksi satu dengan lainnya untuk dapat mencapai tujuan bersama (tumbuh rasa ketergantungan), mengenal satu sama lain, serta memandang individu sebagai bagian dari kelompok tersebut meskipun para anggota memiliki peran yang berbeda misalnya keluarga, kelompok diskusi, atau sebuah komite yang sedang rapat untuk mengambil keputusan (Mulyana, 2005). Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) menjelaskan bahwa komunikasi kelompok merupakan komunikasi yang dilakukan secara tatap

muka antara tiga orang atau lebih, yang memiliki tujuan yang dapat diketahui, seperti berbagai informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggotanya bisa mengingat karakter pribadi anggota lain dengan tepat.

Pada komunikasi kelompok, akan ada komunikasi antarpribadi yang dilibatkan, oleh sebab itu sebagian besar teori komunikasi antarpribadi juga berlaku untuk komunikasi kelompok (Mulyana, 2005). Kegiatan yang dilakukan oleh manusia biasanya disebabkan ada faktor yang mendorong manusia untuk melakukan sebuah tindakan atau pekerjaan. Hal tersebut juga berlaku dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan pihak yang terlibat, pasti didorong oleh faktor tertentu. Dalam komunikasi kelompok individu melakukan komunikasi antar anggota karena adanya kesadaran bersama akan keanggotaan sehingga saling berinteraksi. Dengan kata lain, kelompok merupakan sekumpulan individu yang saling berinteraksi, independen, serta bersama-sama untuk bisa mencapai tujuan yang disebabkan oleh dua faktor yakni kedekatan dan kebersamaan.

a. Kedekatan

Kelompok tersusun dari individu yang saling berinteraksi. Semakin dekat jarak geografis yang dimiliki seseorang dengan yang lain maka akan semakin mungkin mereka melihat, berbicara, serta berinteraksi. Dapat disimpulkan kedekatan fisik dapat meningkatkan peluang interaksi yang memungkinkan terbentuknya kelompok sosial.

b. Kebersamaan

Selain kedekatan fisik, pembentukan kelompok juga dipengaruhi oleh faktor kebersamaan antara anggota kelompok. Seseorang lebih menyukai berhubungan dengan orang lain yang memiliki kesamaan dengan dirinya, kesamaan yang dimaksud diantaranya adalah kesamaan minat, nilai, usia, hingga karakter personal lain.

1.2 Fungsi Komunikasi Kelompok

Bungin (2009) menjelaskan bahwa komunikasi kelompok memiliki beberapa fungsi, yakni:

1) Menjalin Hubungan Sosial

Kelompok dapat membentuk serta memelihara hubungan antar anggota dengan memberikan kesempatan untuk melakukan berbagai aktivitas rutin secara informal, santai, serta menghibur.

2) Pendidikan

Fungsi pendidikan dilakukan untuk meningkatkan wawasan, serta pengetahuan anggota kelompok baik yang sifatnya umum ataupun pengetahuan yang memiliki kaitan dengan kepentingan kelompok. Melalui fungsi pendidikan kebutuhan anggota kelompok, kelompok itu sendiri, atau masyarakat dapat terpenuhi.

3) Persuasi

Pada fungsi persuasi seorang anggota akan berusaha untuk mempersiapkan anggota kelompok lain untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Terkadang hal seperti itu bisa mendapat penerimaan atau penolakan dari anggota lain jika apa yang diusulkan bertentangan dengan norma kelompok sehingga bisa menyebabkan konflik.

4) Pemecahan Masalah dan Pembuatan Keputusan

Pemecahan masalah memiliki kaitan dengan penemuan alternatif atau solusi yang belum ditemukan sebelumnya, sedangkan pembuatan keputusan berkaitan dengan pemilihan antara dua atau lebih solusi. Oleh sebab itu, pemecahan masalah menghasilkan bahan dalam proses pembuatan keputusan.

5) Terapi

Fungsi terapi hanya terdapat pada kelompok tertentu yang memiliki tujuan untuk melakukan terapi pada anggota kelompok supaya ada perubahan personal seperti tujuan yang diinginkan.

1.3 Fase Komunikasi Kelompok

a. Fase Orientasi

Pada fase orientasi kelompok anggota berada pada tahap perkenalan, dan anggota kelompok belum bisa memastikan sejauh mana ide

yang dimiliki para anggota dapat diterima oleh anggota lain. Pendapat atau pernyataan yang dikeluarkan anggota dalam fase orientasi cenderung sementara dan berhati-hati, ide yang dilontarkan tanpa adanya fakta pendukung akan sulit mendapat persetujuan.

b. Fase Konflik

Fase konflik dalam sebuah kelompok muncul dikarenakan adanya ketidaksetujuan yang ditunjukkan oleh para anggota sehingga menimbulkan sebuah pertentangan. Dalam fase konflik pendapat yang disampaikan masing-masing anggota semakin tegas serta argument yang sifatnya meragukan berkurang. Selain itu terdapat pula pembentukan gang-gang dalam sebuah kelompok sehingga memunculkan sebuah konflik.

c. Fase Timbulnya Sikap Baru

Konflik yang terjadi dalam sebuah kelompok dalam fase ini mulai berkurang dan para anggota tidak lagi membela diri masing-masing, melainkan menghargai usulan dan keputusan yang ada dalam sebuah kelompok.

d. Fase Dukungan

Usulan serta Keputusan yang diinginkan oleh kelompok semakin menonjol di fase dukungan. Hal ini dikarenakan pertentangan yang ada dalam kelompok berubah menjadi dukungan yang saling menguntungkan bagi kelompok dalam mengambil keputusan. Perbedaan pendapat dalam

fase ini sudah sangat kecil dan anggota memiliki usaha untuk dapat mencapai kesepakatan terkhusus dalam mencari keputusan.

1.4 Unsur Komunikasi Kelompok

a. Komunikator

Komunikator merupakan pengirim pesan berupa ide, gagasan, informasi, atau lainnya yang harapannya dapat dipahami oleh komunikan. Dalam kelompok anggota atau pengurus bisa menjadi komunikator atau komunikan saat terjadi komunikasi didalam kelompok.

b. Pesan

Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh pengirimnya, dalam komunitas pesan bisa berupa informasi, ajakan, rencana kegiatan, atau pertanyaan. Pesan dirancang dalam bentuk kode, atau symbol yang harapannya dapat dimengerti anggota lain.

c. Media

Media merupakan alat penyampai pesan, bisa berupa TV, surat kabar, atau jejaring sosial. Media sifatnya mempermudah proses

d. Mengartikan kode atau isyarat

Pesan yang diterima oleh komunikan dari indra (mata, telinga, dsb) akan diproses untuk kemudian dipahami oleh komunikan. Misalnya dalam sebuah kelompok akan ada beberapa symbol atau isyarat yang hanya

diketahui para anggota komunitas, hal ini juga dapat menjadi ciri khas kelompok atau komunitas itu sendiri.

e. Komunikasikan

Komunikasikan adalah seseorang yang menerima pesan, pada komunikasi kelompok komunikasikan melakukan tatap muka dengan komunikator sehingga terjadi komunikasi secara langsung dan dapat memahami isi pesan dari pengirim pesan.

f. Respon

Respon adalah tanggapan dari penerima pesan berbentuk verbal atau non-verbal dan tanpa adanya respon seseorang pasti mengalami kesulitan memahami dampak pesan sehingga adanya respon akan membantu penerima pesan mengetahui apakah informasi yang dikirimkan dapat diterima atau tidak.

g. Gangguan

Gangguan dalam komunikasi kelompok sebenarnya bukan sebuah bagian utama, melainkan memiliki dampak pada proses komunikasi karena dalam setiap situasi selalu ada hal yang mengganggu misalnya dalam komunikasi yang menyebabkan adanya kesulitan penerima pesan memahami isi pesan yang diterima.

1.5 Aspek Komunikasi Kelompok

Cartwright & Zander (1968) menjelaskan bahwa ada beberapa aspek yang terdapat dalam komunikasi kelompok antara lain adalah :

1) Pelaku komunikasi dalam komunikasi kelompok

Pelaku komunikasi adalah yang seseorang yang berperan sebagai sumber atau penyampai pesan informasi yang dianggap penting dalam keberlangsungan kelompok kepada para anggota kelompok yang lain.

2) Pesan yang dipertukarkan dalam komunikasi kelompok

Pesan merupakan apa yang dikomunikasikan komunikator pada komunikan baik verbal atau non-verbal yang mewakili nilai, gagasan, perasaan, atau maksud dari sumber pengirim pesan.

3) Interaksi yang terjadi di dalam proses komunikasi kelompok

Interaksi merupakan hubungan antar dua orang atau lebih yang perilakunya saling mempengaruhi, merubah, atau memperbaiki kelakuan seseorang atau sebaliknya. Dalam interaksi apabila seseorang memiliki ketertarikan dengan orang lain maka ia akan memberikan umpan balik dari komunikasi yang dilakukan orang lain. Apabila sebaliknya, maka seseorang tidak akan memberikan umpan balik pada orang lain, sehingga unsur ketertarikan mempengaruhi seseorang dalam proses interaksi.

4) Kohesivitas yang terjadi di dalam proses komunikasi kelompok

Kohesi dalam kelompok adalah bagaimana anggota saling menyukai dan mencintai satu dengan yang lain. Tingkatan kohesivitas dapat menunjukkan bagaimana kekompakan dalam kelompok.

5) Norma kelompok yang ditetapkan

Norma pada kelompok akan mengidentifikasi anggota kelompok dalam berperilaku. Penyesuaian anggota kelompok dengan norma merupakan bagian dari harga yang harus dibayarkan saat menjadi anggota kelompok.

2. Identitas Sosial

2.1 Definisi Identitas Sosial

Teori identitas sosial dikembangkan pertama kali pada tahun 1970-an oleh Henri Tajfel. Identitas sosial merupakan pengetahuan bahwa seseorang merupakan milik dari lingkungan sosial ataupun kelompok, keanggotaan dalam kelompok sosial juga akan membuat individu mendapatkan konsep diri terkait keanggotaan tersebut (Widhartoko, 2020). Tajfel (dalam Widhartoko, 2020) mendefinisikan identitas sosial sebagai pengetahuan seseorang terhadap keanggotaan dalam suatu kelompok bersama dengan nilai serta emosional yang dirasakan di dalamnya, hal ini menyangkut keterlibatan, rasa peduli, hingga rasa bangga para anggota terhadap kelompok.

Teori identitas sosial didalamnya juga menyatakan bahwa adanya identitas dapat menggolongkan anggota ke dalam sebuah kelompok. Tajfel &

Turner (dalam Widhartoko, 2020) menyatakan bahwa identitas sosial dari seseorang dapat ditentukan dari kelompok mana seseorang itu tergabung, sehingga seseorang akan memiliki motivasi untuk bergabung dengan kelompok yang dianggap menarik serta memberikan keuntungan bagi mereka yang bergabung. Dalam sumber yang sama Tajfel & Turner melihat bahwa individu akan berjuang untuk mempertahankan identitas sosial yang positif, apabila identitas sosial dianggap tidak memuaskan maka seseorang akan mencari kelompok lain yang dianggap lebih memuaskan, nyaman, serta menyenangkan.

2.2 Proses Terbentuknya Identitas Sosial

Turner (dalam Jenkins, 2008) menjelaskan bahwa kategori sosial menghasilkan identitas sosial serta menghasilkan perbandingan sosial yang bisa berdampak positif atau negatif pada evaluasi diri. Identitas sosial adalah bagian dari konsep diri, dan tanpa identitas sosial seseorang akan merasa seperti kelereng yang menggelinding bebas tanpa ada keterkaitan satu sama lain di dalam alam semesta (Tavris & Wade, 2009).

Hogg (2004) mengatakan bahwa dalam proses pembentukan identitas sosial terdapat tiga tahapan yaitu:

- a. *Social Categorization*, yang berdampak pada definisi diri, atau perilaku diri. *Social Categorization* dapat menjelaskan serta menentukan perilaku jadi ketika ada ketidakmerataan identitas maka konsep tentang diri seseorang dan konsep sosialnya tidak jelas.

- b. *Depersonalization*, merupakan proses individu dapat menginternalisasikan bahwa individu lain merupakan bagian dari dirinya sehingga ia memandang dirinya sebagai contoh dari kategori sosial yang dapat digantikan sehingga dirinya bukan individu yang unik.
- c. *Prototype*, merupakan konstruksi sosial yang terbentuk secara kognitif yang disesuaikan dengan pemaksimalan perbedaan yang ada pada kelompok lain. Hal ini dilakukan untuk dapat menampakkan keunggulan dari kelompok.

2.3 Fungsi Identitas Sosial

Setiap individu pada dasarnya selalu berlomba untuk dapat memiliki identitas positif di mata kelompok lain untuk bisa mendapatkan pengakuan sehingga akan mendapatkan persamaan sosial atau *social equality*. Laker (dalam Susetyo, 2007) menjelaskan bahwa saat individu atau kelompok merasa identitasnya sebagai anggota dari kelompok kurang berharga maka akan muncul *misidentification* yakni sebuah upaya untuk mengidentifikasi identitas/kelompok lain yang lebih baik.

Turner dan Tajfel melakukan pengamatan dan hasilnya seseorang berjuang untuk bisa mempertahankan identitas sosial yang positif namun saat identitasnya dipandang tidak memuaskan maka mereka akan mencari kelompok lain yang dirasa lebih nyaman. Selain itu, orang-orang tersebut juga akan berupaya untuk membuat kelompok yang didalamnya ada rasa kesenangan yang didapatkan (West & Turner, 2008). Bagi sekelompok orang atau individu identitas dapat berfungsi untuk bisa membantu meneukan jati

diri serta rasa percaya diri yang lebih tinggi, efisien, efektif, serta dialektif. Identitas sosial juga dapat membantu seseorang untuk bisa mengenali dirinya dari cara berpikir serta bertindak. Hal tersebut tentunya dapat membentuk manusia menjadi agen sosial yang menandakan bahwa manusia tidak sendirian melainkan memiliki orang sekitar yang memberikan dukungan serta solidaritas dari pihak lain atau dari kelompoknya sendiri (West & Turner, 2008).

2.4 Komponen Pembentuk Identitas Sosial

Tjafel dan Turner (dalam Musdalifah & Wibisono, 2020) membedakan proses dasar terbentuknya identitas sosial melalui tiga proses yakni:

a. Identification

Ellemers (dalam Widhartoko, 2020) menjelaskan bahwa identifikasi sosial memiliki acuan pada sejauh mana seseorang bisa mendefinisikan dirinya (dan dapat dilihat oleh orang lain). Saat seseorang teridentifikasi kuat dengan kelompok sosial maka seseorang tersebut akan memiliki dorongan untuk bertindak sebagai anggota dari kelompok misalnya dengan menampilkan perilaku tertentu (Widhartoko, 2020). Hogg (2004) menyatakan bahwa dalam identifikasi ada pengetahuan serta nilai yang melekat pada anggota kelompok yang dapat mewakili identitas sosial seorang individu. Dalam melakukan identifikasi selain untuk mendapatkan identitas sosial yang positif seseorang juga berusaha untuk

memaksimalkan keuntungan yang didapatkan untuk dirinya sendiri dari sebuah kelompok.

b. Categorization

Ellemers (dalam Widhartoko, 2020) menyatakan bahwa *categorization* menampilkan kecenderungan seseorang untuk bisa menyusun lingkungan sosialnya dengan membuat kelompok atau kategori yang bersangkutan dengan individu. *Categorization* memiliki fungsi untuk dapat menafsirkan lingkungan sosial dengan cara yang lebih sederhana, dari kategorisasi ini memungkinkan seseorang untuk menilai persamaan pada hal yang dirasa selaras dalam sebuah kelompok.

c. Social Comparison

Sebuah kelompok yang merasa kelompoknya lebih baik daripada kelompok lain akan menyebabkan identitas sosial positif. Dalam pembentukan identitas sosial perbandingan sosial adalah proses yang dibutuhkan dengan memanfaatkan orang lain sebagai pembanding agar dapat menilai kemampuan serta sikap.

3. Komunitas

3.1 Pengertian Komunitas

Komunitas berasal dari Bahasa Latin *communier* yang memiliki makna “kesamaan”. Pelupessy & Wibowo (2017) menjelaskan bahwa maksud dari kesamaan merupakan sebuah bentuk kelompok yang terdiri dari berbagai sifat, sikap, serta kebiasaan dari orang-orang yang mempunyai ketertarikan terhadap

hal yang sama dalam memecahkan masalah. Pada sebuah komunitas mereka pada intinya mempunyai visi serta misi yang sama, sehingga bisa disimpulkan bahwa komunitas memiliki banyak orang anggota yang memiliki kesamaan tujuan.

Crow dan Allan (dalam Musfiroh, 2008) menjelaskan bahwa komunitas bisa dibagi dalam tiga komponen, yakni:

a. Berdasarkan lokasi

Wilayah tempat komunitas bisa dilihat sebagai tempat kumpulan individu yang memiliki kesamaan dalam segi geografi.

b. Berdasarkan minat

Kelompok individu yang mendirikan sebuah komunitas dikarenakan adanya ketertarikan serta minat yang sama.

c. Berdasarkan komuni

komuni memiliki makna ide dasar atau pemikiran yang bisa mendukung berjalannya komunitas.

F. Kerangka Konsep

Bagian kerangka konsep dalam penelitian ini berisi penjabaran terkait konsep yang akan digunakan dalam penelitian dan merupakan turunan dari Kerangka Teori yang sudah penulis susun. Kerangka konsep akan digunakan untuk menjelaskan keseluruhan konsep yang akan diteliti serta digunakan dalam pebelitian sehingga dapat dianalisis dengan hasil temuan data penelitian. Konsep

dalam penelitian ini diantaranya Komunikasi Kelompok anggota komunitas Vespa 60's dalam membentuk Identitas Sosial.

1. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah sekumpulan individu dengan tujuan yang sama dan saling berinteraksi satu sama lain untuk bisa mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Individu dalam kelompok tersebut juga saling mengenal satu sama lain, serta memandang dirinya sebagai bagian dalam kelompok. Pada penelitian ini, komunikasi kelompok yang ingin digali oleh peneliti adalah komunikasi kelompok komunitas Vespa 60's Yogyakarta melalui aspek-aspek dalam komunikasi kelompok yang terbagi dalam 5 (lima) aspek yakni:

a. Pelaku Komunikasi dalam Komunikasi Kelompok

Komunitas Vespa 60's Yogyakarta memiliki pelaku atau seseorang yang memiliki peran sebagai sumber, atau penyampai pesan yang dianggap penting untuk keberlangsungan komunitas serta keberlangsungan dari kelompok termasuk dengan para anggota kelompok yang lainnya.

b. Pesan yang Dipertukarkan dalam Komunikasi Kelompok

Anggota Komunitas Vespa 60's saling berkomunikasi menyampaikan pesan baik verbal atau non-verbal yang mewakili nilai, gagasan, serta perasaan dari anggota komunitas lainnya.

c. Interaksi yang Terjadi di dalam Proses Komunikasi Kelompok

Para anggota Komunitas Vespa 60's Yogyakarta para anggotanya melakukan interaksi yang bisa saling mempengaruhi, atau bahkan merubah kelakuan seseorang. Apabila anggota kelompok memiliki ketertarikan dengan interaksi yang terjalin pasti akan memberikan umpan balik sehingga interaksi dapat berjalan dengan baik.

d. Kohesivitas yang Terjadi di dalam Proses Komunikasi Kelompok

Dalam Komunitas Vespa 60's terdapat perilaku saling menyukai dan mencintai satu dengan yang lain. Untuk melihat tingkatan kohesivitas dilakukan dengan mengamati bagaimana kekompakan anggota Komunitas 60's Yogyakarta.

e. Norma Kelompok yang Ditetapkan

Komunitas Vespa 60's Yogyakarta memiliki norma yang akan mengidentifikasikan anggota kelompok dalam berperilaku. Perilaku yang dilakukan anggota kelompok adalah bagian dari harga yang harus dibayarkan saat seseorang tersebut menjadi anggota kelompok.

2. Identitas Sosial

Tjafel (dalam Widhartoko, 2020) mendefinisikan identitas sosial sebagai pengetahuan seseorang terhadap keanggotaan dalam suatu kelompok bersama dengan nilai serta emosional yang dirasakan di dalamnya, hal ini menyangkut keterlibatan, rasa peduli, hingga rasa bangga para anggota

terhadap kelompok. Dalam konteks penelitian ini, untuk melihat bagaimana pengetahuan anggota Komunitas Vespa 60's terhadap komunitas adalah dengan menggunakan tiga proses dasar terbentuknya identitas sosial yaitu:

a. *Identification*

Anggota Komunitas Vespa 60's memiliki dorongan untuk bertindak sebagai bagian dari kelompok misalnya dengan menampilkan perilaku tertentu. Ada sebuah pengetahuan serta nilai terkait kelompok yang melekat pada diri anggota kelompok sehingga mewakili identitas seorang individu.

b. *Categorization*

Dalam Komunitas Vespa 60's anggota kelompok menampilkan kecenderungan untuk menyusun lingkungan sosialnya dengan membuat kategori berkaitan dengan individu. Hasil dari kategori tersebut memungkinkan anggota untuk bisa menilai persamaan yang dinilai selaras dengan kelompok yang diikutinya.

c. *Social Comparison*

Komunitas Vespa 60's merasa memiliki keunggulan dibanding kelompok lain sehingga menyebabkan adanya identitas sosial yang positif. Perbandingan tersebut dibutuhkan supaya bisa menilai kemampuan dan sikap dari Komunitas Vespa 60's Yogyakarta.

Gambar 1. Kerangka Konsep



Sumber : Peneliti

G. Metodologi Penelitian

1. Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini dikarenakan penelitian ini berupaya untuk dapat memahami bagaimana proses komunikasi kelompok anggota komunitas 60's dalam membentuk identitas sosial. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan maksud untuk bisa memahami sebuah fenomena yang dialami oleh subjek penelitian dan dipaparkan dalam bentuk kata-kata atau tulisan dalam konteks khusus alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Meolong, 2018).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Meolong (2018) mendeskripsikan penelitian deskriptif kualitatif sebagai penelitian yang bertujuan untuk mengungkapkan sebuah masalah dan keadaan sebagaimana aslinya, dan penelitian dibatasi hanya untuk mengungkapkan fakta dan tidak menggunakan hipotesis. Berdasarkan penjelasan tersebut artinya penelitian dideskripsikan hanya untuk berusaha

mengungkapkan fakta atau permasalahan yang terjadi sesuai kondisi di lokasi penelitian tanpa adanya hipotesis terlebih dahulu.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Sugiyono dalam (Tanujaya, 2017) menjelaskan bahwa subjek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang yang merupakan sumber informasi atau data yang dibutuhkan dalam penelitian. Pada penelitian fokus penelitian adalah mengetahui proses komunikasi kelompok anggota komunitas 60's dalam membentuk identitas sosial. Oleh sebab itu, narasumber dalam penelitian ini merupakan orang-orang yang merupakan anggota atau pengurus dari Komunitas 60s Yogyakarta. Pemilihan subjek dalam penelitian didasari oleh kredibilitas dari masalah penelitian karena subjek tersebut adalah orang yang langsung terlibat dalam komunitas. Kredibilitas narasumber juga akan mempengaruhi kelengkapan pengumpulan data terkait Komunitas 60s Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan berlokasi di Yogyakarta tepatnya di *basecamp* komunitas 60's.

Tabel 1. Narasumber Penelitian

No.	Inisial	Jabatan	Alasan pemilihan narasumber
1.	I ₁	Ketua Komunitas 60s Yogyakarta	Arief Hakiki adalah pelopor terbentuknya Komunitas 60s Yogyakarta sehingga mengenai bagaimana jalan bergeraknya komunitas.
2.	I ₂	Founder Komunitas 60s Yogyakarta	Sebagai anggota komunitas tentunya Satrio dapat memberikan informasi dari sisi anggota lain dan mengetahui bagaimana komunikasi kelompok antar

			founder dengan anggota lain berjalan.
3.	I ₃	Anggota Komunitas 60s Yogyakarta	Sebagai anggota komunitas tentunya Lailan Karmatul Malik dapat memberikan informasi dari sisi anggota dan mengetahui bagaimana komunikasi kelompok antar anggota berjalan.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara peneliti untuk memperoleh data primer dari penelitian dengan menggunakan beberapa teknik yakni:

1) Wawancara

Dalam penelitian kualitatif wawancara merupakan bagian terpenting untuk proses pengambilan data karena berhadapan langsung dengan jawaban atas masalah yang akan diteliti. Susan Stainback dalam (Sugiyono, 2019) menjelaskan bahwa dengan menggunakan wawancara peneliti akan lebih mengetahui hal-hal yang mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi serta fenomena yang terjadi dan dalam hal ini tidak bisa ditemukan hanya melalui pengamatan atau observasi.

Berdasarkan uraian di atas peneliti menyimpulkan bahwa wawancara adalah proses memperoleh keterangan mendalam untuk bisa mendapatkan jawaban penelitian dengan cara tanya jawab mendalam dengan narasumber. Peneliti akan memberikan pertanyaan pada narasumber dengan menggunakan instrumen yang sudah ada dalam

lampiran penelitian dan pada proses penelitian peneliti lebih banyak mendengarkan jawaban dari narasumber. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan pihak terkait yakni : Ketua komunitas 60s Yogyakarta, dan anggota dari komunitas 60s Yogyakarta. Jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara semiterstruktur. Wawancara semiterstruktur adalah wawancara dengan menggunakan pedoman pertanyaan yang sudah dibuat sebelumnya, namun tidak menutup kemungkinan memunculkan pertanyaan baru yang muncul sesuai spontan sesuai dengan konteks pembicaraan yang dilakukan (Rahmat, 2009).

2) Observasi

Nasution dalam (Sugiyono, 2019) mengemukakan bahwa observasi atau pengamatan adalah dasar dari segala ilmu pengetahuan. Pengamatan yang dilakukan dalam penelitian bisa dilakukan secara terlibat atau tidak terlibat (*non-partisipatif*). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi partisipatif yakni terlibat dalam kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas Vespa 60's Yogyakarta yang kehadirannya diketahui oleh anggota komunitas. Dilakukannya observasi yakni untuk mendapatkan data pendukung terkait objek penelitian yakni Komunitas Vespa 60's Yogyakarta untuk memperkuat temuan data yang sudah disusun dalam matriks observasi.

3) Dokumentasi

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa dokumentasi adalah sebuah catatan peristiwa yang sudah berlalu berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental milik seseorang. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang termasuk dalam dokumen, dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan dan mempelajari data yang terkait dalam penelitian misalnya kegiatan komunitas 60s Yogyakarta yang dipublikasikan di media massa sehingga bisa menunjang data primer penelitian.

4. Teknik Analisis dan Keabsahan Data

Dalam penelitian supaya data dapat dipertanggungjawabkan maka data yang diperoleh perlu dilakukan uji keabsahan. Teknik pemeriksaan keabsahan data atau validasi data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi data. Teknik triangulasi data adalah teknik pengumpulan data-data serta sumber yang ada. Apabila penelitian menggunakan pengumpulan data dengan triangulasi maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji keabsahan data yakni mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dari berbagai sumber data (Sugiyono, 2019).

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa triangulasi data memiliki makna menggunakan pengumpulan data yang berbeda untuk mendapatkan data dari sumber data yang sama. Peneliti melakukan observasi, wawancara

mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama dengan serempak. Triangulasi sumber artinya peneliti mendapatkan data dari sumber yang sama dengan teknik yang sama. dengan demikian peneliti melakukan pengumpulan data dari berbagai data dengan sumber yang sama yang diperoleh dengan melakukan pengumpulan data dari Komunitas 60s Yogyakarta dan selanjutnya melakukan teknik triangulasi sebagai langkah uji keabsahan data dari data yang diperoleh peneliti.

Data yang diperoleh peneliti dari Komunitas 60s Yogyakarta dilakukan uji keabsahan oleh peneliti dengan teknik triangulasi. Data yang diperoleh baik dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi segera diolah secara sederhana serta sistematis untuk dikelompokkan sesuai urutan pembahasan supaya peneliti dapat memaknai permasalahan secara sederhana, dan perlu dilakukan analisis untuk mendapatkan hasil dari penelitian.

Teknik analisis data menurut Sugiyono (2008) adalah proses untuk mencari dan menyusun data secara sistematis dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data dalam kategori, menjabarkan dalam unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri atau orang lain dengan langkah sebagai berikut:

a. Pengumpulan data

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan kegiatan (triangulasi). Pengumpulan data (data collection) dilakukan sehari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak. Pada tahap awal peneliti akan melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/objek tentang diteliti, semua yang dilihat dan didengar direkam semua. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.

b. Reduksi Data

Mereduksi data (data reduction) berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, serta membuang yang tidak perlu. Dalam mereduksi data, setiap penelitian akan dipandu oleh tujuan yang dicapai. Tujuan utama dari penelitian dalam kualitatif adalah pada temuan apabila dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data yang merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan ke dalam wawasan yang tinggi.

c. Penyajian Data

Penyajian data (data display) bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya yang paling sering digunakan untuk menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dengan menyajikan data berbentuk teks yang bersifat naratif. Dengan menampilkan data, maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya disarankan dalam menampilkan data selain dengan teks yang naratif juga dapat berupa grafik, matrik, *network* (jaringan kerja) dan *chart*.

d. Kesimpulan dan verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan bersifat sementara, maka akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi, bila kesimpulan yang ditemukan data berikutnya pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.