

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji proses komunikasi kelompok dalam Komunitas Vespa 60s Yogyakarta dan bagaimana proses tersebut membentuk identitas sosial anggotanya. Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa terjadi proses komunikasi kelompok dalam komunitas melalui pemanfaatan media yang tepat dan peran komunikator yang jelas. Ketua komunitas memainkan peran penting sebagai komunikator utama yang menyampaikan informasi penting terkait keberlangsungan kelompok, kegiatan, dan agenda komunitas. Selain ketua, pengurus dan anggota juga berperan sebagai komunikator dalam berbagi informasi teknis dan kebutuhan sehari-hari melalui grup WhatsApp. Media yang digunakan dalam komunikasi meliputi grup WhatsApp sebagai *platform* utama untuk berbagi informasi dan koordinasi, pertemuan tatap muka untuk musyawarah dan pemecahan masalah, serta Instagram untuk dokumentasi visual. *Feedback* dari anggota terhadap informasi yang diberikan mencerminkan partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas dan kepatuhan terhadap aturan yang ditetapkan. Misalnya, anggota merespons informasi dengan mendaftarkan diri untuk berpartisipasi dalam kegiatan komunitas.

Pembentukan identitas sosial dalam Komunitas 60s Yogyakarta dapat dilihat dari sikap anggota komunitas yang merasa bahwa mereka menjadi lebih terbuka dan saling tolong-menolong setelah bergabung dengan komunitas. Identitas

sosial anggota terbentuk melalui interaksi dan kegiatan yang dilakukan sesuai dengan norma dan aturan komunitas. Komunitas Vespa 60s Yogyakarta menekankan nilai-nilai positif seperti kepatuhan terhadap aturan lalu lintas, berpakaian rapi, dan berpartisipasi dalam kegiatan sosial. Kegiatan sosial yang dilakukan oleh komunitas, seperti kerja sama dengan Dompot Dhuafa dan sunatan massal, memperkuat identitas sosial anggota sebagai individu yang peduli terhadap masyarakat. Proses identifikasi dalam komunitas mencakup pengetahuan dan nilai yang melekat pada anggota, serta keuntungan yang diperoleh dari bergabung dengan komunitas. Proses kategorisasi melibatkan penetapan kategori sosial berdasarkan kesukaan terhadap Vespa keluaran tahun 1960-an dan penerapan identitas yang menekankan pada aksi sosial dan ketaatan berkendara. Selain itu, perbandingan sosial dilakukan dengan menekankan pada kegiatan positif yang dilakukan komunitas, yang berbeda dengan pandangan negatif terhadap kelompok motor pada umumnya.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa proses komunikasi kelompok dalam Komunitas Vespa 60s Yogyakarta berjalan dengan efektif dan berperan penting dalam membentuk identitas sosial anggotanya. Melalui interaksi yang dilakukan, anggota komunitas menginternalisasi nilai-nilai positif yang kemudian tercermin dalam perilaku mereka sehari-hari. Komunitas ini berhasil membentuk identitas sosial yang kuat dan positif bagi anggotanya melalui kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

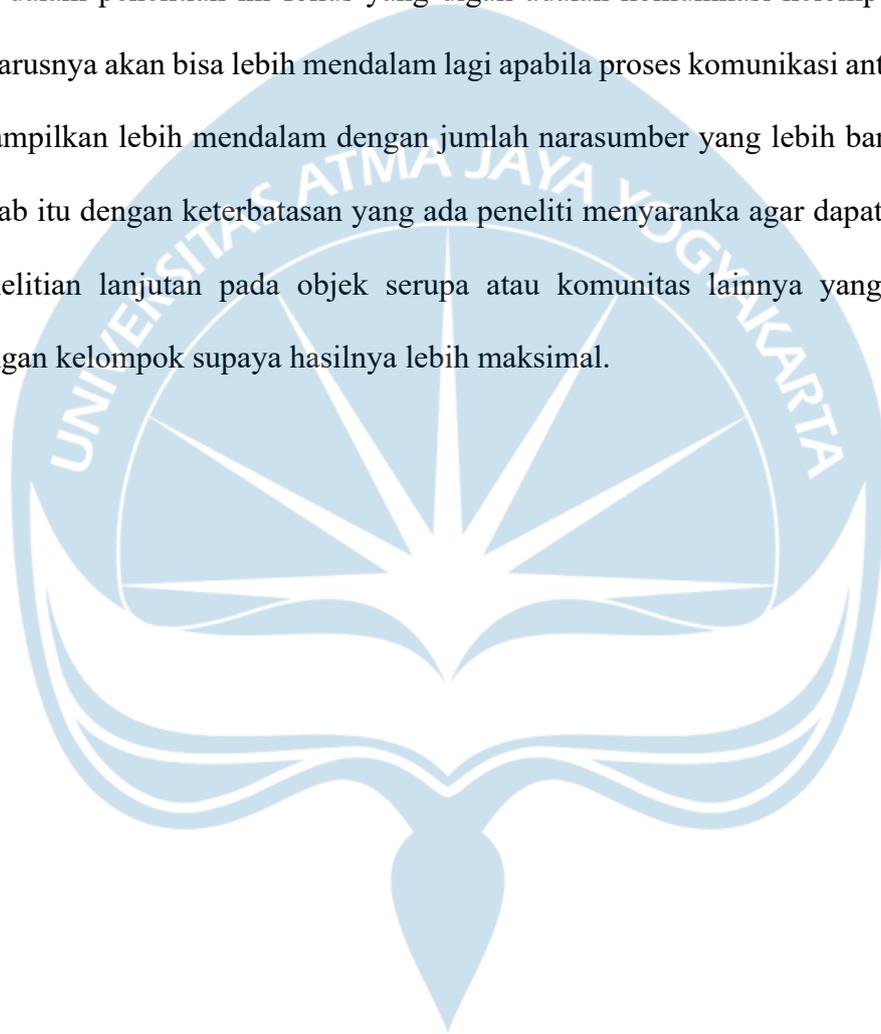
B. Saran

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan studi dokumen yang dilakukan peneliti ditemukan beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki oleh Komunitas 60's Yogyakarta. Kekurangan yang ada diantaranya adalah intensitas komunikasi di luar agenda kegiatan komunitas sehingga fokus pesan komunikasi hanya pada penekanan kegiatan yang sesuai dengan tujuan atau norma yakni agenda sosial oleh komunitas. Oleh sebab itu, peneliti menyarankan kepada 60's Yogyakarta supaya para anggota bisa mengkomunikasikan sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan atau ide gagasan dengan komunitas misalnya melalui *Whatsapp* dan tidak terpaku pada Ketua sebagai sumber pengirim pesan.

Selain itu, identitas kelompok yang dicerminkan melalui atribut bisa lebih dikuatkan dengan kegiatan yang menjadi ciri 60's. Hal ini bisa dilakukan dengan membuat agenda rutin bulanan yang hanya dilakukan oleh 60's sehingga bisa memperkuat dan memperteguh ciri kelompok dan dilakukan oleh seluruh anggota. Di luar kekurangan tersebut, dalam proses komunikasi kelompok 60's Yogyakarta sudah berhasil membuat anggota untuk mencerminkan nilai sosial tinggi di mulai dari lingkungan terdekat, oleh sebab itu norma aturan yang sudah berjalan harus dipertahankan karena menyangkut kegiatan sosial yang tentunya memberikan manfaat yang banyak bagi masyarakat sekitar dan bisa menjadi contoh untuk komunitas lainnya.

Penelitian yang dilaksanakan tentunya memiliki keterbatasan yang peneliti sadari. Keterbatasan dalam penelitian yang dihadapi peneliti diantaranya adalah keterbatasan waktu dan narasumber. Dengan metode kualitatif yang peneliti

gunakan seharusnya peneliti dapat memaksimalkan informan yang mendukung data penelitian sehingga proses terbentuknya identitas sosial bisa di gali lebih jauh dengan komunikasi kelompok yang terjadi di Komunitas 60's Yogyakarta. Selain itu, dalam penelitian ini fokus yang digali adalah komunikasi kelompok, namun seharusnya akan bisa lebih mendalam lagi apabila proses komunikasi antar anggota ditampilkan lebih mendalam dengan jumlah narasumber yang lebih banyak. Oleh sebab itu dengan keterbatasan yang ada peneliti menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada objek serupa atau komunitas lainnya yang berkaitan dengan kelompok supaya hasilnya lebih maksimal.



DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, Maryo, S., & Ramlan. (2018). Pengenalan Sejarah Vespa Serta Meningkatkan Kecintaan Terhadap Vespa Melalui Buku Ilustrasi. *Jurnal Rekamakna*, 1-11.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2009). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cartwright, D., & Zander, A. (1968). *Group Dynamics: Research and Theory*. New York: Harper & Row Publisher.
- Herman. (2018, September 13). *BERITASATU*. Retrieved from [beritasatu.com: https://www.beritasatu.com/otomotif/510319/indonesia-miliki-komunitas-vespa-terbesar-kedua-di-dunia](https://www.beritasatu.com/otomotif/510319/indonesia-miliki-komunitas-vespa-terbesar-kedua-di-dunia)
- Hogg, M. A. (2004). The Social Identity Perspective: Intergroup Relation, Self-Conception, and Small Group. *Sall Group Research*, 35(3), 254.
- Jekins, R. (2008). *Social Identity*. United Kingdom: Routledge.
- Kurniawan, A., & Kurniawan, R. (2022, Oktober 4). *Kompas.com*. Retrieved from [otomotif.kompas.com: https://otomotif.kompas.com/read/2022/10/04/070200415/rendahnya-kesadaran-tertib-lalu-lintas-jadi-penyebab-utama-kecelakaan?page=all](https://otomotif.kompas.com/read/2022/10/04/070200415/rendahnya-kesadaran-tertib-lalu-lintas-jadi-penyebab-utama-kecelakaan?page=all)
- Latifah, S., & Chotim, E. (2018). Komunitas Anak Punk dan Anomali Sosial. *JISPO*, 8(1).
- Meolong, J. L. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Musdalifah, & Wibisono, M. D. (2020). PENGEMBANGAN SKALA IDENTITAS SOSIAL: VALIDITAS, DAN ANALISIS FAKTOR KONFIRMATORI. *Proyeksi*, 15, 58-67.
- Musfiroh, T. (2008). *Pengembangan Karakter Anak Melalui Pendidikan Karakter*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Pelupessy, & Wibowo, I. (2017). *Psikologi Komunitas*. Jakarta: LPSP3 UI.
- Praditia, M. (2023, September 17). *SOLOPOS SOLORAYA*. Retrieved from [soloraya.solopos.com: https://soloraya.solopos.com/hapus-stigma-dan-jaga-solidaritas-seribuan-pencinta-vespa-ngumpul-di-wonogiri-1743750](https://soloraya.solopos.com/hapus-stigma-dan-jaga-solidaritas-seribuan-pencinta-vespa-ngumpul-di-wonogiri-1743750)

- Priyanti, W. (2021, September 10). *krjogja.com*. Retrieved from *krjogja.com*: <https://www.krjogja.com/yogyakarta/1242487153/komunitas-60s-yogyakarta-tebarkan-budaya-tiblantasi-dan-cinta-bangsa>
- Sudikan, S., & Ristantika, F. (2023). IDENTITAS LESBIAN DALAM NOVEL RE:KARYA MAMAN SUHERMAN: KAJIAN TEORI QUEER JUDITH BUTLER. *SAPALA*, 10(1), 166-175.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Susetyo, B. (2007). Krisis Identitas Etnis Cina di Indonesia. *Skripsi*. Kupang: Unika.
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Reproduksi Pada Perusahaan Coffein. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 90-95.
- Tavris, C., & Wade, C. (2009). *Psikologi*. Jakarta: Erlangga.
- West, R., & Turner, L. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Widhartoko, R. K. (2020). Pembentukan Identitas Sosial dalam Gerakan Bali Tolak Reklamasi Teluk Benoa. *Jurnal Psikologi Universitas Sanata Dharma*, 1(2), 23-35.
- Wiryanto. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Zhafira, A. (2022, Juni 10). *ANTARA NEWS OTOMOTIF*. Retrieved from *antaranews.com*: <https://otomotif.antaranews.com/berita/2930709/seperti-apa-komunitas-vespa-indonesia-di-mata-dunia>



Lampiran 1. Panduan Observasi

Aspek yang Diamati	Deskripsi	Metode Pengumpulan Data	Catatan Tambahan
Struktur Komunitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui komposisi anggota. 2. Mengetahui struktur kepemimpinan terkait peran dan tanggung jawab. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara formal dan informal dengan anggota / pengurus. 	Memperhatikan dinamika kepemimpinan dan pendistribusian peran baik anggota atau pengurus.
Interaksi Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari tahu bentuk komunikasi verbal atau non-verbal. 2. Mengetahui pola interaksi antar anggota dan frekuensi interaksi anggota. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara formal dan informal dengan anggota / pengurus. 	Mengamati proses komunikasi dan mencari tahu siapa komunikator dominan, dan pesan yang dipertukarkan dalam komunitas.
Kegiatan Komunitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggali jenis kegiatan komunitas (<i>touring</i>, bakti sosial, dll) dan partisipasi para anggota. 2. Mengetahui peran kegiatan dalam memperkuat ikatan sosial serta identitas anggota. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Studi dokumentasi (foto/video) dan media sosial 60s Yogyakarta. 	Mengumpulkan dokumen partisipasi komunikasi anggota dalam agenda komunitas.
Simbol dan Identitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan symbol milik komunitas (Stiker, logo, <i>merchandise</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara formal dan informal dengan anggota / pengurus. Dokumentasi 	

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Makna symbol bagi anggota. 3. Tradisi atau budaya yang dimiliki komunitas. 	dari Instagram 60s Yogyakarta.	
Nilai dan Norma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai yang dianut oleh komunitas. 2. Normal serta aturan tidak tertulis, dan ada tidaknya sanksi bagi pelanggar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara formal dan informal dengan anggota / pengurus. 	Mengamati nilai inti komunitas, dan cara norma dipertahankan melalui komunikasi pada kelompok.
Proses Pembentukan Identitas Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses penerimaan anggota. 2. Cara pembentukan identitas kolektif. 3. Pengaruh adanya komunitas terhadap identitas anggota. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara formal dan informal dengan anggota / pengurus. 	Mengamati cara sosialisasi anggota baru, dan pengkomunikasian identitas kelompok.

Lampiran 2. Matrix Penelitian

No.	Teori / Konsep	Data yang Diperlukan
1.	Komunitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejarah terbentuknya Komunitas 60's Yogyakarta. 2. Alasan dibentuknya Komunitas 60's Yogyakarta. 3. Tujuan dibentuknya Komunitas 60's Yogyakarta, dan cara kerja komunitas.
2.	Komunikasi Kelompok	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi yang terjalin di Komunitas 60's meliputi sumber pesan, isi pesan, dan interaksi yang

		<p>terjalin di Komunitas 60's Yogyakarta.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas 60's Yogyakarta. 3. Aturan-aturan yang dimiliki oleh Komunitas 60's Yogyakarta. 4. Ciri khas yang dimiliki Komunitas 60's Yogyakarta, dan perbedaan dengan komunitas lain. 5. Kekompakan anggota dari Komunitas 60's Yogyakarta. 6. Hal-hal yang membuat anggota menjadi bagian dari Komunitas 60's Yogyakarta.
3.	Identitas Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan yang dimiliki anggota terkait nilai Komunitas 60's Yogyakarta. 2. Nilai seperti apa yang ditanamkan ketua dan founder dari Komunitas 60's Yogyakarta. 3. Identitas yang dapat mencerminkan anggota Komunitas 60's Yogyakarta. 4. Kesamaan sikap individu dengan sikap Komunitas 60's Yogyakarta. 5. Kekurangan yang dimiliki Komunitas 60's Yogyakarta, dan cara menyikapi kekurangan tersebut.

Lampiran 3. Panduan Wawancara

Pada penelitian berjudul “Proses Komunikasi Kelompok Anggota Komunitas Vespa 60’s dalam Membentuk Identitas Sosial”, peneliti memiliki tujuan dalam penelitian yakni untuk dapat mengetahui bagaimana proses komunikasi kelompok anggota komunitas dalam membentuk identitas sosial.

Jadwal Wawancara :

Hari/Tanggal :

Waktu :

Tempat :

Identitas Narasumber:

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pekerjaan :

Status Narasumber :

No.	Teori/Konsep	Narasumber	Pertanyaan
1.	Komunitas	Founder Komunitas Vespa 60’s Yogyakarta	Apa itu Komunitas Vespa 60’s Yogyakarta?
			Mengapa mendirikan Komunitas Vespa 60’s Yogyakarta?
			Kapan Komunitas Vespa 60’s Yogyakarta berdiri?
		Ketua Komunitas Vespa 60’s Yogyakarta	Di mana Komunitas Vespa 60’s Yogyakarta melakukan kegiatan?
			Bagaimana cara kerja Komunitas Vespa 60’s Yogyakarta?
			Tujuan apa yang dimiliki Komunitas Vespa 60’s Yogyakarta?

2.	Komunikasi Kelompok	Ketua dan Founder Komunitas Vespa 60's Yogyakarta	Siapa yang menjadi sumber pesan penting dalam kegiatan/aktivitas dalam Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Apakah pesan terkait visi dan misi Komunitas Vespa 60's Yogyakarta disampaikan kepada seluruh anggota? Bagaimana dengan anggota baru?
			Interaksi seperti apa yang berlangsung dalam Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Kegiatan seperti apa yang mendukung visi, misi, atau tujuan Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Bagaimana kekompakan anggota Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Apa yang mencirikan Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Norma apa yang diterapkan Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
		Anggota Komunitas Vespa 60's Yogyakarta	Siapa pengirim pesan penting yang diterima para anggota Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Pesan seperti apa yang dapat mewakili gagasan anggota Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Interaksi seperti apa yang dijalin anggota Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Hal-hal seperti apa yang dapat mempengaruhi tingkah laku anggota Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Kekompakan seperti apa yang dilakukan anggota Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Apa yang membuat anggota merasa menjadi bagian Komunitas Vespa 60's Yogyakarta dalam berperilaku?
3.	Identitas Sosial	Anggota Komunitas Vespa 60's Yogyakarta	Pengetahuan atau nilai seperti apa yang diketahui terkait Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?

			Identitas kelompok seperti apa yang dapat mewakili identitas pribadi anggota Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Persamaan apa antara sikap individu dengan sikap Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Keunggulan Komunitas Vespa 60's Yogyakarta dibanding komunitas lain itu apa?
		Ketua dan Founder Komunitas Vespa 60's Yogyakarta	Nilai apa yang ditanamkan ketua/founder kepada anggota Ketua dan Founder Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Persamaan apa yang ditemui antara nilai kelompok dengan sikap anggota Ketua dan Founder Komunitas Vespa 60's Yogyakarta?
			Apa keunggulan Komunitas Vespa 60's Yogyakarta dibandingkan komunitas Vespa lain?
			Adakah kekurangan Komunitas Vespa 60's Yogyakarta dan bagaimana cara menyikapinya?

Lampiran 4. Transkrip Wawancara

I₁ Arit Hakikipa Founder 60s Yogyakarta

Peneliti : “Halo Mas Arif, langsung mulai aja *kali* ya Mas. Silahkan perkenalan Mas, nama dan sebagai apa di komunitas 60s ini Mas.”

I₁ : “Halo, aku Arif Rahman HQQ, untuk posisi jabatan di 60s saya ditunjuk jadi ketua.”

Peneliti : “Lalu menurut para pakar, *hahaha* bercanda. Menurut Mas Arif, apa itu komunitas 60S Yogyakarta?”

I₁ : “Komunitas 60S Yogyakarta itu adalah tempat dimana para penggemar vespa bulat alias vespa 60an itu. Terdiri dari berbagai macam vespa yang ada di Indonesia itu berkumpul jadi Vespa 60s. Pusatnya itu di Jogja, kemudian Vespa 60S itu berkembang kemudian banyak teman-teman dari seluruh penjuru Indonesia itu ingin mendirikan cabang atau chapter komunitas. Sekarang ada 27, *kalau gak 28*, eh 27 komunitas 60s. Komunitas 60S itu adalah dimana kita teman-teman yang mempunyai Vespa *bathok* bulat berkumpul kemudian *riding* bareng, *rasa-rasanasan*, membuat acara bakti sosial, membuat acara senang-senang, hiburan, riding kemudian nanti touring ke luar kota dan lain sebagainya. Jadi banyak berbebaslah kita, kemudian anggotanya sendiri syarat utamanya adalah minimal memiliki Vespa kemudian ada teman kita yang saat ini belum memiliki tapi lama-kelamaan nanti mereka akan memiliki. Meskipun belum ada rezeki untuk memiliki tapi antusiasnya ikut di Vespa 60S sangat tinggi ya akhirnya kita rangkul begitu kira-kira.”

Peneliti : “Kapan sih Om didirikan komunitas 60S ini di Yogyakarta?”

I₁ : “60s di Jogja itu kurang lebih itu 3 tahun yang lalu 2021.”

Peneliti : “Menurut Mas Arif, apa yang menjadi pembeda atau identitas dari 60S sendiri dari komunitas Vespa yang lain karena Vespa yang lain kan banyak banget ciri khas. Yang membedakan itu apa?”

I₁ : “Yang pertama di vespa 60s seperti yang saya sebutkan tadi yang pertama syarat ikut bergabung disini memiliki Vespa *Ndog*, itu ada beberapa jenis, PBB, *kungu*, *cepu*, *gas* dan lain sebagainya. Yang berkepala bulat, pantatnya bulat, kepalanya bulat.”

Peneliti : “Ada tidak sih Om tuntutan mungkin dari anggota itu sendiri harus seperti apa? Itu yang seperti dijawab tadi bahwa harus serba bulat dari apa namanya tepung kanan kiri dan kepala itu harus bulat ya. Itu menjadi ciri khas juga. Nah terus ada nggak pertentangan ketika 60s itu didirikan dari komunitas lain?”

- I₁ : “Sebenarnya karena 60s Jogja itu kan sekarang cabangnya sudah banyak dan 27 itu *notabene* berdiri di kota-kota besar di seluruh Indonesia. Tentu saja ada beberapa yang ingin memanfaatkan dari komunitas ini, tujuan kita bukan untuk mencari materi sebenarnya disini hanya untuk silaturahmi, menambah teman, riding bareng, intinya menambah saudara. Tujuan utama kita adalah seperti itu dan berguna bagi sekitar tapi kadang ada beberapa yang memanfaatkan dari segi materi contohnya ada beberapa *chapter* itu yang ada salah satu dari *chapter* itu ingin menguasai ingin menguasai 60s. Jadi mau dikomersilkan seperti jualan kaos lah dan lain sebagainya. Padahal kalau kita jualan kaos itu ya kita jual hasil dari keuntungan nikmati bareng-bareng untuk makan bareng, riding bareng dan lain sebagainya.”
- Peneliti : “Ada tidak yang menjadi ciri khas mungkin ketika identitas itu kan dibangun ketika orang lain melihat atau masyarakat melihat. Identitas apa sih yang dari 60s itu yang ingin dibangun untuk masyarakat sekitar? Mungkin, mungkin dengan cara bakti sosial, mungkin dengan cara mereka memakai vest 60S. Itu ada gak Om?”
- I₁ : “Singkat cerita itu memang kita ada satu kaos ya, kaos resmi 60s itu ada logo 60s di sisi kiri, kemudian ada logo 60s di belakang. Itu seragam pertama kita, seragam kaos pertama kali identitas kita. Kemudian di *chapter-chapter* lain itu 60s seragam utamanya ya kaos yang ada tulisan 60s dikiri kemudian di belakang 60s besar.”
- Peneliti : “Cara mengkomunikasikan ketika ada beberapa chapter nih di Indonesia ya itu pemanggunya yang posisinya sebagai ketua yang baru menjalankan apa sih mandat lah ya. Komunikasi yang harus disampaikan kepada setiap *chapter* mungkin dengan cara berpakaian itu seperti yang tadi kalau sebelah kiri ada logo 60s dan di belakang ada 60s itu dengan cara bagaimana untuk mengkomunikasikan kepada mereka supaya mereka tuh tahu dan paham bahwa sebelah kiri ada logo dari 60s dan di belakang juga logo 60s. Kita kasih tahu bahwa awal mula berdiri 60s itu yaitu baju identik untuk 60s tanpa ada gambar-gambar tapi hanya logo 60s yang terpampang di kaos tersebut jadi tidak ada gambar kartun, gambar garuda, gambar apa dan lain sebagainya. Tapi hanya logo saja yang terpampang di kaos jadi seandainya kita akan mengadakan gathering seluruh 60s seIndonesia itu, ya kalau bisa nanti pas saat kumpul itu menggunakan kaos yang hanya bertuliskan 60s saja. Nanti ada 60s Indonesia juga itu juga tumbuh 60s Jogja jadi dari cabang-cabang itu menggunakan kaos yang hanya logo tapi tidak gambar-gambar.”
- Peneliti : “Terus keuntungan apa Om yang didapatkan para anggota ketika mereka menjadi anggota 60 es mungkin dengan cara mendapatkan informasi tentang sparepart dan lainlain?”

- I₁ : “Jadi di dalam lingkup-lingkup itu intinya disamping kan ini kebetulan ini kebetulan dari Jogja saja. Nanti kalau di grup itu ibaratnya jika ada Vespa yang macet terus kemudian kita berbagi informasi ini ada unit ibaratnya murah, atau ini ada *sparepart* murah. Kita butuh *sparepart* dan lain-lain sebagainya nanti kita saling memberi informasi ibaratnya aku lagi di Bali, apalagi dimana, dalam satu grup ini ada yang membutuhkan kita saling bertukar informasi. Selain itu, untuk agenda *riding*, atau aksi sosial juga disampaikannya melalui grup itu.”
- Peneliti : “Berarti ada grup besar ya?”
- I₁ : “Ada.”
- Peneliti : “Bagaimana cara mempertahankan identitas sosial untuk 60s? Tentunya ada upaya seperti tadi mungkin sebagai identitas ketika apa namanya panti asuhan dan lainlain menyeimbangkan tali persaudaraan. Apa yang ingin diberikan lagi untuk 60S untuk ke depan untuk berkembangnya 60S itu sendiri?”
- I₁ : “Yang jelas menjaga mencari teman itu lebih susah daripada kita mencari musuh. Nah jadi intinya dalam satu grup itu ya kita menjaga pertemanan kita jangan sampai ada *rasrasan* di belakang. Kalau yang nggak enak, jadi kalau seandainya ada masalah atau apa ya. Ya udah kita selesaikan bareng-bareng kemudian ada anggota yang butuh bantuan kemudian untuk yang diluar dan lain-lain bahasanya kita donasi, ibarat ya ada bencana alam dimana itu ayo kita mau menyumbang nggak sih kemana? Nanti kita kumpulkan donasinya kemudian kita salurkan bantuannya contoh. Kemarin yang di Gunung Kidul itu ada bencana kekeringan itu dari anggota itu ada yang ingin menyalurkan sedikit rezekinya itu kita kita kumpulkan kemudian nanti kita bantu untuk menyalurkan.”
- Peneliti : “Oke Om, mungkin kan ada ya. Karena Karena vespa itu kan banyak banget. Peminatnya saat ini juga berkembangnya sangat pesat kan. Terus Ketika seumpama nih ada permasalahan. Ketika saya sendiri pakai vest 60s padahal itu enggak dari 60s Jogja. Tapi-tapi itu membuat permasalahan atau kerusuhan itu dan mengatasnamakan 60s itu sendiri bagaimana sih menanggapi hal itu karena perkembangan perkembangan saat ini sangat pesat. Mungkin dengan berkomunikasi seperti apa yang ingin Om Arif sendiri sebagai ketua itu sampaikan kepada orang yang terlibat?”
- I₁ : “Kita juga sering menjual kaos, sering menjual *merchandise* ke luar intinya bukan anggota juga boleh beli. Nah itu hal-hal sedemikian ini memang tidak bisa kita cegah karena memang kita juga kadang menjual *merchandise* dan lain-lain itu memang ya untuk kadang ada yang untuk umum. Jika seandainya ada salah satu orang atau dua orang menggunakan atribut 60s tiba-tiba melakukan kejahatan di

jalan dan lain sebagainya mungkin nanti secara personal kita temui kemudian karena sekarang semua orang itu menjadi wartawan semua orang itu sekarang menjadi wartawan semua orang pegang HP semua orang bisa foto dan lain sebagainya, kadang membuat berita yang tidak benar dan sebagainya. Cara kita menjaga itu melalui kerukunan antar anggota tadi itu. Jadi kalau anggota sudah sering kumpul dan sebagainya semoga tidak ada kejadian seperti ini.”

Peneliti : “Yang terakhir Om, identitas apa yang ingin diberikan untuk 60s kepada masyarakat, dan masyarakat pun mengetahui bahwa setiap orang memakai Vespa Bulet itu adalah 60s. Mungkin Mungkin seperti itu ya, nah itu pesan dan kesannya dari Om Arief sendiri sebagaimana?”

I₁ : “Kalau kita ngomongin identitas itu kita kan setiap orang yang memiliki vespa 60s atau vespa untuk bergabung di komunitas kita karena ada beberapa orang yang memang tidak mau. Ada orang yang antusias ingin bergabung ini memang kita sebenarnya sekarang belum main *medsos* ya, mainnya baru *medsos* di Instagram nantinya kalau ada kesempatan mungkin kita mengadakan jambore atau apa itu nanti kita akan riding buat acara riding dan memperkenalkan SPA atau 60s di seluruh warga Yogyakarta. khususnya mungkin kita berbicara 60s Jogja mungkin seperti itu ustadz juga silaturahmi ke sesepuh sesepuh klub-klub yang ada di Jogja itu juga kita perkenalkannya juga salah satunya dengan cara identitas yang pastinya tetap ada Vespa bulet-bulet. Karena dulu di Eropa dan di Indonesia Vespa itu perkenalkan bahwa uraian dan lainlain dan itu sebagai banyak juga Vespa rumble. Nuwun sewu itu bisa menjadi identitas juga dari 60s perbedaan dari Vespa yang tidak membedakan sih kayak identitas yang dibangun untuk masyarakat mungkin dengan cara tata tertib dan lain-lain. Tentunya identitas kita dibangun berdasarkan aturan yang kita tanamkan kalau kita ber vespa intinya tetap mematuhi lampu lalu lintas di jalan yang ada, kemudian memakai helm kemudian berpakaian rapi, nah itu orang kan *image* nya kalau melihat kita seperti itu pakai helm pakai pakaian rapi pastinya *image* nya baik.

Peneliti : “Terima kasih banyak Om.”

I₁ : “Siap.”

I₂ Satrio Founder 60s Yogyakarta

Peneliti : “ Selamat pagi Om, saya Damar yang kemarin sudah menghubungi om Satrio untuk meminta bantuan sebagai narasumber.”

- I₂ : “Siap, siap Mas Damar. Silahkan.”
- Peneliti : “Baik, mungkin bisa perkenalan dulu Om.”
- I₂ : “Nama saya Satrio Pamungkas, jabatan saya di 60s Jogja sebagai penanggung jawab atau penasihat.”
- Peneliti : “Baik, langsung masuk ke materi wawancara saja ya Om. Yang pertama, apa itu komunitas 60S Yogyakarta Om?”
- I₂ : “60s Yogya itu adalah sebuah komunitas yang melestarikan Vespa 60an terutama jenis PBB, Vnb, GS, VGL. Di situ kita melestarikan apa yang telah kita dapat selama ini. Jadi Vespa itu memang berbentuk 60an, bulat-bulat tidak ada tipe lain selain kepala bulat, tepung bulat, dan body bulat.”
- Peneliti : “Sebagai identitas tidak ya Om?”
- I₂ : “Betul. Itu sebagai bentuk identitas komunitas ini juga.”
- Peneliti : “Sebagai penanggung jawab atau penasihat *nah* mengapa komunitas 60s didirikan di Yogyakarta?”
- I₂ : “Ketika itu, kita bertujuh bersama founder yang lain tidak sengaja riding dengan vespa 60an terus ternyata komunikasinya berlanjut. Kita riding kemana-mana dan ternyata hubungannya itu bagus dan dari situlah kita mulai membentuk komunitas 60S ini.”
- Peneliti : “Kalau boleh tahu *nih* Om secara lebih lengkap. Kapan didirikan 60s tersebut di Yogyakarta? Di mana sih komunitas berkegiatan dan bagaimana cara berkomunikasi antar mungkin antar anggota, ketua dan lain-lain?”
- I₂ : “Secara resmi komunitas ini didirikan tanggal 4 Januari 2021 di Jogja. Dan kita cara berkomunikasi dengan satu sama lain karena dekat ya Mas. Jadi gampang lah. Kita juga sering main ke bengkel, main ke rumah teman yang itu founder atau anggota. Jadi selama ini komunikasi tidak terlalu sulit untuk mewujudkan tersebut.”
- Peneliti : “Terus mau tanya nih Om tentang apa yang membedakan Komunitas Vespa 60s dengan Komunitas Vespa yang lain itu sendiri. Misal apa yang menjadi ciri khas sendiri, apa sih yang membedakan mungkin dari cara berkomunikasi, dengan cara bajunya mungkin beda dan lain-lain dengan ciri khas vespa nya itu sendiri.”
- I₂ : “Disamping dengan ciri khas Vespa yang bulat tadi semboyan kita di 60s itu ber Vespa bersaudara. Jadi dari ber Vespa kita menjadi saudara dan wujudkan dengan kegiatan sosial seperti sunatan masal, terus mendonorkan apapun itu yang janda-janda atau apapun yang

membutuhkan. Jadi dengan kegiatan sosial itu kita menjadi beda dari komunitas yang lain.”

Peneliti : “Mungkin ada pertentangan Om karena komunitas Vespa itu yang dulu di Itali dan akhirnya di Eropa dan akhirnya datang ke Indonesia. Itu kan bertentangan tentang *kayak* mungkin terkenal dengan vespa-vespa itu arogan dan lain-lain nah dari 60s bagaimana menyikapi hal tersebut?”

I₂ : “Nah kita mulai ya mas ya dari 60s ini kita mau membangun *image*. Jadi vespa di cap seperti itu, kita berusaha untuk membalikkan keadaan. Jadi, benar benar kita melakukan kegiatan sosial yang berguna bagi lingkungan sekitar. Sebisa mungkin kita patuhi aturan kita menjauhi kegiatan yang tidak berguna, terus *mabuk-mabukan*, kita tidak pernah Mas. Malah sering kita melakukan ketika ada kas uang sisa kita lakukan kegiatan sosial yang berguna bagi lingkungan sekitar mungkin seperti itu.”

Peneliti : “Terkait permasalahan komunikasi sendiri nih Om, dalam setiap komunikasi kan akan ada pertukaran ide dan gagasan biasanya untuk pesan yang sifatnya penting itu siapa yang menyampaikan misal agenda *riding* atau lainnya. Dan di 60s sendiri itu apakah seluruh anggota dan pengurus menghargai pendapat adakah atau ada banyak pertentangan juga?”

I₂ : “Biasanya kalau informasi yang sifatnya terkait kegiatan, atau agenda kedepan itu ketua. Nanti lainnya mengikuti, intinya informasi penting selalu datang dari ketuanya dulu. Dan yang *namane* kita kan komunitas, *rame-rame* setiap perbedaan prinsip itu pasti ada ya Mas. Ya jadi di pengurus maupun di anggota semaksimal mungkin kita terbuka dan jujur. Ketika ada sesuatu pendapat atau hal apapun yang berbeda kita ungkapkan di forum, dan di forum itu kita berusaha memecahkan masalah apa sih yang menjadi perbedaan menjadi satu visi kedepannya.”

Peneliti : “Terus biasanya, seperti yang kita tahu Om Satrio itu sebagai bagian dari founder juga ya. Nah Apa *toh* Om yang mungkin harus diketahui dari setiap anggota yang harus *saklek* mungkin dalam artian ada peraturan *saklek* terkait yang nggak pantas dan tidak dipantaskan mungkin. Itu ada atau tidak?”

I₂ : “Kalau untuk aturan yang sakral sih masalah perilaku ya Mas. Jadi kita harus membawa nama baik, Nama 60s ini dimana mana kita harus sopan, santun, tidak arogan segala macam. Kalau untuk atribut atau perlengkapan Vespa yang harus kita bawa sebisa mungkin kita mentaati peraturan lalu lintas, untuk aturan yang *saklek* itu kita mewajibkan untuk anggota 60s itu harus sopan, taat peraturan lalu lintas dan tidak arogan serta tidak merugikan orang lain.”

- Peneliti : “Ya, Om. Terus ini Om ciri-ciri khusus nih dari anggota 60S itu memiliki apa sih yang harus diekspresikan sebagai identitas kepada masyarakat sosial yang kayak mungkin dari segi fashion kah, atau apa?”
- I₂ : “Kalau kita ya kembali ke Vespa sendiri ya mas ya. Dari vespa sendiri kita tahu itu vespa tahun 60an itu dan rata-rata ada stiker nya 60s itu menjadi ciri khas dari anggota 60s dan untuk perilaku yang lain pun kita istilahnya malah Secara umum kita sebagai anak vespa, sebisa mungkin kita berperilaku sopan. Di khalayak umum masyarakat tidak merugikan orang lain. Kita harus menjunjung tinggi sebagai anak Vespa Bukan sebagai anak 60s, tapi sebagai anak vespa sendiri.”
- Peneliti : “Baik om Terus mau tanya apa yang yang anda inginkan sebagai founder ya untuk para anggota sendiri. Dan apa yang ingin diperlihatkan kepada masyarakat sosial mungkin dengan cara tadi mungkin dengan perilaku yang baik dan dari 60s sendiri. Itu dengan cara seperti apa Om Satro ini memberikan masukan kepada anggotanya?”
- I₂ : “Jadi, untuk sebuah komunitas itu seperti negara ya mas. Jadi, kita mulai awal dari sebuah keluarga. Jadi untuk komunitas 60s saya memberi pengertian kepada teman-teman anggota itu kita seperti membentuk sebuah keluarga dulu. Ketika ada bapak ibu dan anak-anaknya *kan* bapak ibu itu harus memberi contoh yang baik kepada anak-anaknya. Dan kita anak-anak nya harus menjunjung tinggi aturan aturan yang berlaku untuk untuk melaksanakan Tata tertib di aturan keluarga itu. Setelah di aturan keluarga itu sudah berhasil, kita tunjukkan kepada masyarakat bahwa kita ini Sebenarnya anak Vespa bukan sebagai anak yang arogan, *rembol*, atau segala macam. Kita memutuskan dengan bersilaturahmi berkegiatan sosial dan juga untuk membaur dengan masyarakat. Kita kasih pengertian kepada masyarakat bahwa Vespa itu sebenarnya dapat membangun sebuah keluarga dengan pengertian yang baik. Dengan silaturahmi yang tinggi. Ketika kita ada macet atau bensin habis segala macam, kita harus tolong menolong, Dan itu untuk memberikan contoh kepada komunitas yang lain selain Vespa juga.”
- Peneliti : “Sebagai komunitas kegiatan apa om yang sering dilakukan 60s?”
- I₂ : “Yang sudah terlaksana seperti senganan massal, tahun-tahun yang lalu di bulan puasa ini kita sering melakukan *door to door* memberikan donasi *entah* itu dalam bentuk beras sembako segala macem. Kita berikan langsung kepada yang membutuhkan, kepada janda-janda, kepada anak yang tidak mempunyai orang tua. Tahun lalu kita memberikan santunan kepada yatim piatu di panti asuhan Banyak kegiatan sosial yang sudah pernah kita lakukan.

Kedepannya kita ingin lagi melaksanakan kegiatan sosial seperti itu.”

Peneliti : “Mohon maaf, keputusan apa yang sering diputuskan di dalam 60s itu? mungkin seperti masalah dalam internal dan diluar anggota? Secara gampangnya apa yang sering dicari dalam komunitas itu itu? Keputusan seperti apa gitu Om?”

I₂ : “Untuk selama ini sebenarnya tidak ada keputusan yang terlalu sepihak ya. Jadi sebelumnya kita udah sampaikan informasi ke grup terutama di WA begini begini begini berarti ketika keputusan ini tidak disetujui mungkin kita cari solusi yang lain, tapi untuk keputusan yang tidak di setujui kita tetap sifatnya bermusyawarah.”

Peneliti : “Baik Om. Mungkin kan Om Satrio disini sebagai founder dan bagaimana sih cara berkomunikasi ketika ada sesuatu hal seperti itu dengan ketua yang saat ini. Jadi apa tetap *open minded* dengan anggota?”

I₂ : “Kita tetap istilahnya dari *personality* dulu ya mas, pribadi ke pribadi. Ketika anggota ada masalah atau tertimpa musibah atau segala macam. Kita wajib datang kerumahnya. Tidak semua sih, hanya beberapa orang entah itu ketua saja atau gimana, kita datangi rumahnya, terus kita cari tahu apa yang menjadi kesusahan. Mungkin nanti bisa bantu atau gimana. Seperti itu sih caranya berkomunikasi ketika ada sesuatu.”

Peneliti : “Oke, baik Om. Terima kasih Om sudah membantu saya.”

I₂ : “Ya sama-sama, Mas. Senang juga bisa membantu.”

I₃ Anggota Komunitas 60s Yogyakarta

Peneliti : Selamat sore Mas Lalan, sebelumnya terima kasih atas waktunya ya mas. Sesuai yang sudah saya sampaikan kemarin saya ingin mewawancarai Mas Lalan untuk kebutuhan skripsi saya. Langsung aja ya mas, bisa diperkenalkan dulu namanya?”

I₃ : “Siap mas, nama saya Lalan. Saya anggota dari komunitas 60S yang bergabung kurang lebih satu tahun belakangan ini.”

Peneliti : “Sebagai apa kalau boleh tau mas?”

I₃ : “Saya sekarang sebagai admin Instagram.”

Peneliti : “Oke, lalu apa nilai yang Mas Lalan lihat dari komunitas 60S Yogyakarta sehingga memotivasi Mas Lalan sendiri untuk bergabung dengan komunitas 60S Yogyakarta?”

- I₃ : “Nilai yang bisa saya ambil itu nilai sosial yang tinggi. Dikomunitas ini menjunjung tinggi nilai sosial untuk saling membantu ketika ada musibah atau ada yang sedang kesusahan terus beberapa kali mengadakan bakti sosial untuk lingkungan di sekitar.”
- Peneliti : “Oke. Terus saat anda memilih komunitas 60S sebagai komunitas anda apakah anda meminta pendapat pada orang sekitar anda Mas?”
- I₃ : “Enggak mas emang dari diri saya sendiri.”
- Peneliti : “Lalu bagaimana anda menerapkan nilai komunitas dalam diri anda dan apakah dengan menerapkan nilai tersebut anda merasa menjadi bagian dari komunitas 60s Yogyakarta?”
- I₃ : “Menerapkan bahwa saya harus selalu terbuka dan saling membantu atau tolong menolong saat lingkungan sekitar saya mengalami kesulitan Mas.”
- Peneliti : “Apakah ada keuntungan yang Mas Lalan dapatkan setelah bergabung dengan komunitas 60S Yogyakarta atau value yang Mas Lalan dapetin dari 60S sendiri ketika bergabung?”
- I₃ : “Iya, cukup banyak Mas, yang jelas saya mendapatkan teman relasi yang cukup banyak di seluruh Indonesia karena 60s sendiri *chapternya* sudah mencapai 27 *chapter* di seluruh Indonesia Mas jadi pertemanannya cukup erat di tiap *chapter*.”
- Peneliti : “Terus selain komunitas 60S Yogyakarta tentunya banyak komunitas lain yang berbeda atau sama dengan komunitas ini. Nah, apakah hal tersebut menjadi acuan untuk berkompetisi atau malah menjadi evaluasi sebagai komunitas 60S itu?”
- I₃ : “Dalam 60s tidak ada istilah kompetisi atau saling mencari mana yang lebih unggul dari komunitas lain Mas. Kita ini saling merangkul komunitas lain, saling suka mengadakan agenda *bareng* komunitas lain utamanya acara-acara yang bersifat sosial.”
- Peneliti : “Biasanya mana sih tempat yang menjadi titik kumpul komunitas 60s itu sendiri?”
- I₃ : “Ada di sekretariat 60s mas, di daerah belakang kampus isi. Kalau di maps itu namanya angkringan Baku Dapa Jogja.”
- Peneliti : “Itu berarti sebagai titik kumpul teman-teman 60s berkumpul ya Mas Lalan. Terus saat awal bergabung dengan komunitas 60s Apakah anda sering melakukan usulan kegiatan atau ide untuk komunitas dan apakah ide yang dilontarkan itu mendapat respon ketidaksetujuan dari anggota lain yang menyebabkan adanya konflik?”

- I₃ : “Beberapa ide saya utarakan untuk menjadikan 60s menjadi lebih baik lagi. Untuk ketidaksetujuan sih tidak ada Mas namun diskusi antar anggota itu hal yang wajar ketika ada ide baru muncul dan pro dan kontra itu tetap ada.”
- Peneliti : “Berarti emang benar-benar mencari yang terbaik ya dalam mencari keputusan masalahnya.”
- I₃ : “Betul.”
- Peneliti : “Sebagai anggota nih Mas, ada enggak sih sumber pesan dalam komunitas ini. Dalam artian, saat-saat ada informasi penting terkait acara riding, atau usulan agenda, atau hal-hal yang berkaitan dengan keberlangsungan kelompok. Atau semua pesan di grup itu penting dan semua bisa menyampaikan?”
- I₃ : “*Ketwane* Mas biasanya. Ya ketua di sini tu sebagai kepalanya kita. Ketika ada agenda buat aksi sosial biasanya ketua yang kasih info, misal mau *riding* nanti ketua yang kasih info. Meskipun sudah ada diskusi, namun biasanya yang menyampaikan *gimana-gimanane* ya tetep *ketwane* Mas.”
- Peneliti : “Apakah dalam komunitas 60s Yogyakarta ini para anggota saling menghargai usulan dan pendapat Mas?”
- I₃ : “Selalu kita tampung, *pun* ketika ada yang tidak sejalan dengan 60s tetap kita tampung Mas karena kita menanamkan sikap menghargai.”
- Peneliti : “*Terus* keputusan apa yang sering dicari dalam komunitas 60s Mas?”
- I₃ : “Untuk keputusan yang sering cari dalam 60s itu biasanya keputusan tentang mengadakan bakti sosial atau untuk saling membantu ketika ada bencana alam atau ada anggota yang sedang merasa sakit atau yang lainnya ketika butuh bantuan.”
- Peneliti : “*Terus* untuk masalah sendiri di dalam komunitas, untuk mencari keputusan atas tujuan yang diinginkan kelompok bagaimana ini Mas caraya?”
- I₃ : “Oh ya dengan melakukan diskusi Mas. jadi diskusi dengan forum tertutup kita ketemu di tempat mana kita janjiin kita ngobrol apa yang perlu didiskusikan.”
- Peneliti : “Menurut Mas Lalan, ide dasar apa yang mendasari terbentuknya komunitas 60s Yogyakarta itu sendiri hingga saat ini sampai ada 27 chapter di Indonesia?”
- I₃ : “Ya terbentuknya 60S itu atas dasar mengumpulkan Vespa Vespa tahun 60an Vespa spanduk, Vespa bulat biar jadi satu wadah. Ketika

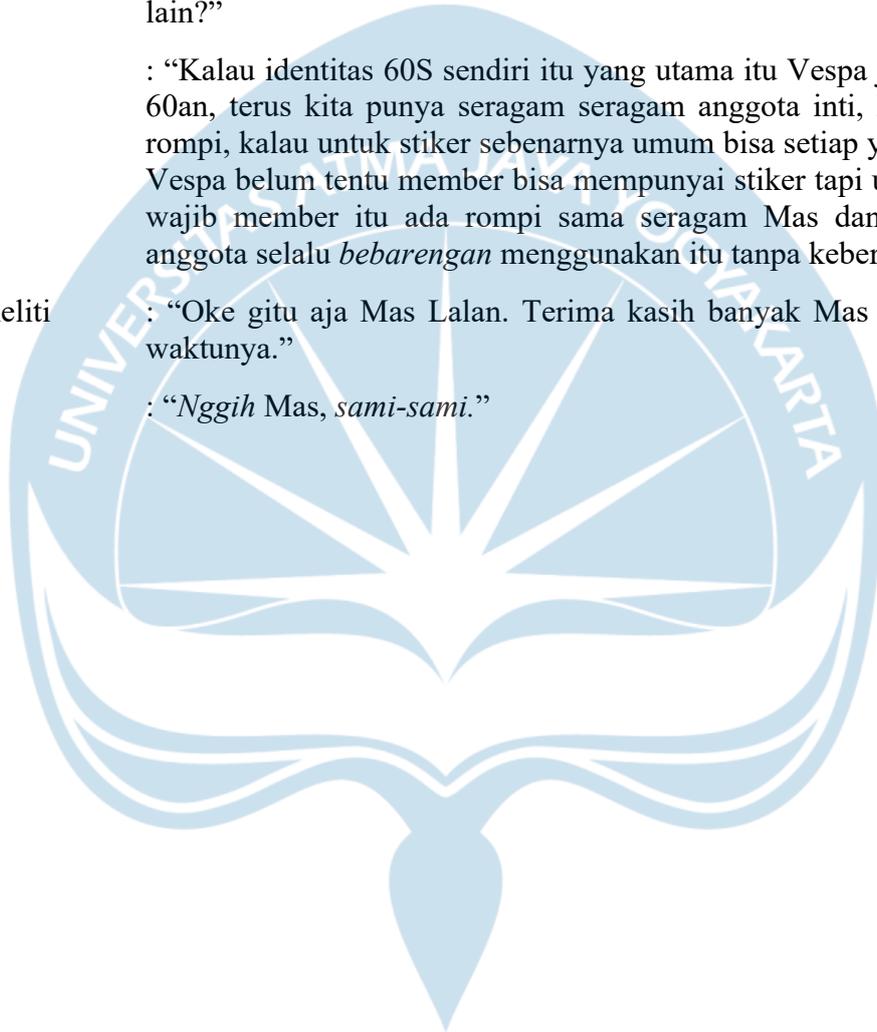
kita mempunyai wadah kita punya teman yang satu visi satu misi tujuannya sama untuk sosial juga. Selain itu komunitas juga bisa jadi wadah teman-teman untuk saling berkomunikasi sekedar membahas Vespa atau bersosial yang lainnya Mas.”

Peneliti : “*Terus* ini mas mau tanya, identitas yang dimunculkan dalam 60S itu apa mungkin dalam memakai vest atau bentuk vespa dan lain-lain?”

I₃ : “Kalau identitas 60S sendiri itu yang utama itu Vespa jelas tahun 60an, terus kita punya seragam seragam anggota inti, kita punya rompi, kalau untuk stiker sebenarnya umum bisa setiap yang punya Vespa belum tentu member bisa mempunyai stiker tapi untuk yang wajib member itu ada rompi sama seragam Mas dan kita para anggota selalu *bebarengan* menggunakan itu tanpa keberatan.”

Peneliti : “Oke gitu aja Mas Lalan. Terima kasih banyak Mas Lalan atas waktunya.”

I₃ : “*Nggih* Mas, *sami-sami*.”



Lampiran 5. Hasil Turnitin

