

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Miller (2009: 10) mendefinisikan organisasi sebagai kumpulan dari lima bagian utama, diantaranya nama dari kolektifitas sosial yang eksis, tujuan individu serta organisasional, adanya aktivitas yang terkoordinasi, struktur organisasi serta tempelan dari organisasi dengan lingkungan dari organisasi yang lain. Pace dan Faules (2002: 11) bahkan mengklasifikasikan pengertian organisasi berdasarkan cara pandang individu, apakah objektif atau subyektif. Cara pandang obyektif merujuk kepada sifat fisik dan konkret, yang merupakan sebuah struktur dengan batas-batas yang pasti. Sedangkan, cara pandang subjektif lebih memandang organisasi sebagai kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang; terdiri dari tindakan-tindakan, interaksi dan transaksi yang melibatkan orang-orang. Kaum subjektivis menganggap organisasi sebagai mengorganisasikan perilaku (Pace dan Faules 2002: 11).

Tidak terbatas pada organisasi yang bersifat profit saja, organisasi yang bersifat *non profit* telah banyak tumbuh di Indonesia. Salah satunya merupakan organisasi Harley Davidson Club Indonesia (HDCI). HDCI menyebut dirinya sebagai organisasi berasaskan komunitas, seperti yang telah dicantumkan dalam Mukadimah AD/ART HDCI yang mengatakan:

“...membentuk organisasi secara nasional sebagai wadah tunggal dari berbagai Club Harley Davidson yang ada... dan dinamakan Harley Davidson Club Indonesia (HDCI).”

Selain itu, berdasarkan literature dari Robbins (2009:4), HDCI juga memenuhi syarat-syarat yang dibutuhkan dalam membentuk organisasi, yakni adanya struktur kepemimpinan, memiliki anggota, adanya tujuan yang ingin dicapai yang terangkum dalam misi organisasi, serta AD/ART, dan kode etik tertentu.

Organisasi yang terbentuk dari kecintaan akan *moge* dari perusahaan besar Harley Davidson ini telah tersebar di berbagai negara di dunia. Dalam website resminya (Harley Davidson, 2001), diumumkan bahwa ada lebih dari 1.400 organisasi lokal pecinta Harley Davidson yang resmi tercatat di Harley Davidson pusat. Organisasi yang mendunia ini makin memperkuat eksistensinya dengan menyandang predikat *30 years of the world's greatest motorcycle club* (Harley Davidson, 2001). Harley Davidson Club yang terbentuk dalam suatu negara merupakan induk dari organisasi Harley Davidson yang spesifik tersebar di daerah-daerah atau kota. Organisasi Harley Davidson Club Indonesia (HDCI) yang merupakan wadah resmi dari pecinta *moge* Harley Davidson se-Indonesia ini telah mencapai usia setengah abad. Lima puluh tahun merupakan sebuah usia yang luar biasa dalam perjalanan berdirinya sebuah organisasi pecinta otomotif roda dua. Hal tersebut juga merupakan cermin jati diri bahwa HDCI adalah sebuah organisasi pecinta motor besar yang mempunyai kiprah dan diterima masyarakat Indonesia (Kpl, 2013). Selain itu, HDCI juga memiliki media internal yang digunakan sebagai sarana komunikasi serta eksistensi mereka, media yang dimaksud yakni majalah dengan nama ‘Mabua Harley Davidson Indonesia’

(terdapat pada lampiran).

Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta sebagai bagian dari organisasi Harley Davidson Club Indonesia juga menunjukkan eksistensinya dari berbagai kegiatan-kegiatan yang dilakukannya. Banyak kegiatan dan *event* khusus yang dibentuk untuk mempererat sekaligus menjadi ajang interaksi anggota organisasi pecinta Harley Davidson (Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta, 2012). Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta sebagai organisasi pecinta Harley Davidson wilayah Yogyakarta tersebut juga memiliki *event-event* khusus yang rutin dilaksanakan, salah satunya *Jogja Bike Rendezvous* (JBR). Event yang rutin dilaksanakan setiap tahun ini merupakan *event* berskala internasional yang turut mengundang keterlibatan pihak-pihak asing/luar negeri. Maka, tidak heran jika melalui *event* JBR tersebut, HDCI Yogyakarta telah menjadi organisasi yang dipercaya mengemban tugas sebagai *Honorary Ambassador of Tourism* Yogyakarta. Predikat tersebut merupakan amanah yang ditetapkan langsung oleh Gubernur DIY Sri Sultan Hamengku Buwono X sejak tahun 2002 (Yuniarso, 2013). Predikat tersebut juga membuktikan bahwa cukup kuatnya eksistensi organisasi pecinta motor di Indonesia tersebut, khususnya di Yogyakarta.

Organisasi yang terbentuk dari komunitas Harley Davidson ini memiliki nilai yang cukup unik dan menarik untuk ditelaah lebih jauh. Dilihat dari sisi profit, organisasi ini merupakan organisasi *non profit* yang tidak memberikan materi berupa gaji sebagai *feedback* langsung kepada para anggotanya seperti organisasi kebanyakan, khususnya organisasi perusahaan. Meski demikian,

jumlah anggota organisasi yang meneladani nilai-nilai komunitas ini terhitung cukup banyak. Hingga pertengahan tahun 2014 ini, terdapat 120 orang yang menjadi anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta, dengan anggota yang tercatat aktif sebanyak 60 anggota.

Seperti organisasi *non profit* lainnya, untuk bergabung dan terlibat ke dalam organisasi Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta ini tentu memiliki beberapa syarat yang wajib dipenuhi. Padahal, di dalam suatu organisasi, khususnya yang bersifat *non profit*, anggota menjadi faktor terpenting dalam organisasi. Selain memiliki kendaraan Harley Davidson, calon anggota aktif Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta juga diperkenankan untuk hadir dan terlibat dalam pertemuan-pertemuan serta *touring* yang diadakan secara berkala. Bahkan dari AD/ART yang dimiliki pun masing-masing anggota juga diwajibkan untuk memiliki kartu keanggotaan yang harus diperbaharui setahun sekali oleh HDCI pusat. Selain itu, organisasi yang telah berdiri cukup lama ini mewajibkan para anggotanya untuk memberikan iuran rutin sebesar Rp. 50.000,- yang dapat dibayarkan setiap bulannya. Meski demikian, biasanya anggota HDCI Yogyakarta tersebut memilih membayar iuran tersebut langsung selama setahun penuh yakni sebesar Rp 600.000,-. Uang yang dibayarkan akan dimasukkan ke dalam kas bersama untuk mendanai kegiatan atau *touring* yang dilaksanakan. Dalam beberapa kegiatan, selain mengandalkan kas tersebut, dana dari *sponsorship* serta biaya pribadi tiap-tiap anggota juga diperlukan guna mendanai beberapa keperluan seperti penginapan, makan, dan sebagainya. Selain itu, sebagai pengganti dana tersebut, biasanya anggota yang telah membayar akan diberikan

majalah Mabua Harley Davidson Indonesia.

Adanya pengorbanan berupa waktu, biaya, serta pengorbanan lain dari anggota HDCI Yogyakarta, telah menunjukkan bahwa masing-masing anggota tentu memiliki suatu dorongan dalam dirinya yang menyebabkan anggota tersebut terlibat dalam organisasi. Hal tersebut menarik untuk dilakukan penelitian, mengingat pilihan akan terlibat dalam organisasi tersebut merupakan suatu pilihan yang dapat ditolak, karena organisasi tersebut merupakan organisasi yang tidak wajib untuk diikuti (*optional*). Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui hal apa yang mendorong para anggota tersebut memutuskan untuk terlibat dalam organisasi. Berdasarkan literatur dari Robbins (1996), bentuk dorongan yang dimaksud merupakan bentuk dari motivasi. Motivasi sendiri memiliki kekuatan yang mendorong pada sejumlah bentuk urusan atau bentuk perilaku tertentu (Hunneryager dan Heckman, 1992: 8). Bahkan, Jackson *and* Carter (2007: 189) menegaskan bahwa dalam abad ke-21 ini, motivasi memiliki arti yang cukup luas, yakni sebagai dorongan ‘individu’ mengenai pencarian identitasnya, untuk mendapatkan nilai positif dari yang lain, sehingga tidak hanya mencari kepuasan materi saja. Identitas diri ini merupakan bagian dari apa yang disebut sebagai konsep diri individu.

Motivasi merupakan salah satu isu yang paling populer dalam bidang komunikasi (Pace dan Faules, 2002: 113). Bahkan dalam komunikasi organisasi, motivasi dianggap merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, dimana hal tersebut berkaitan dengan inti dari organisasi itu sendiri yang merupakan orientasi dari ‘mengorganisasikan perilaku’ (Pace dan Faules, 2002: 11-16). Pemenuhan

akan konsep diri disebut-sebut sebagai hal yang penting bagi anggota organisasi dalam berperilaku. Dimana pemenuhan dalam perilaku bekerja menunjukkan bahwa anggota organisasi merasa bahwa mereka telah mampu mendefinisikan diri mereka sendiri sesuai dengan keinginan mereka dan diterima, sebagai tanda kehidupan yang terpenuhi (Pace dan Faules, 2002: 128). Definisi diri tersebut juga merupakan bentuk dari suatu konsep diri yang memiliki arti; organisasi dari persepsi-persepsi diri, dari bagaimana kita mengenal, menerima dan menilai diri kita sendiri (Setiadi, 2005: 117).

Mulyana (2007: 7) bahkan mengatakan bahwa konsep diri juga merupakan penentu sikap individu dalam bertindak laku. Misalnya saja, apabila individu cenderung berpikir akan berhasil, maka hal ini merupakan dorongan yang akan membuat individu tersebut berhasil. Selain itu, Widyarini (2009: 30) turut memperkuat dengan penjelasan bahwa dalam perspektif anggota organisasi, dengan terlibat di dalam organisasi yang baik dan efektif akan memberikan identitas sosial yang prestisius dan meningkatkan konsep diri individu. Hal tersebut merupakan bukti bahwa motivasi serta konsep diri merupakan hal yang saling berkaitan; Individu yang dimotivasi oleh suatu kebutuhan yang ingin dipenuhinya bertindak berdasarkan hasil refleksi dari konsep diri yang dimilikinya (dalam Setiadi, 2005:116), meski demikian tindakan yang merujuk kepada perilaku yang terjadi juga dapat menambah identitas diri yang merupakan bagian dari konsep diri individu (dalam Pace dan Faules, 2002: 128). Pemahaman akan motivasi dan konsep diri anggota organisasi juga merupakan bagian yang penting dalam konteks komunikasi organisasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti pun tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Keterkaitan Motivasi untuk Terlibat dan Konsep Diri Anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta. Pihak yang diambil sebagai partisipan dalam penelitian ini merupakan anggota resmi Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta, yang cukup terlibat aktif dalam organisasi Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta. Dimana yang dimaksud aktif terlibat merupakan anggota-anggota yang dianggap menjadi *pioneer* diantara anggota yang lain dan paling aktif mengadakan pertemuan dan *touring* Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta.

1.2.Rumusan Masalah

Bagaimana keterkaitan motivasi untuk terlibat dan konsep diri anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan keterkaitan motivasi untuk terlibat ke dalam organisasi dan konsep diri anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dari segi akademis berupa:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang komunikasi, khususnya mengenai motivasi serta konsep diri.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan dan rekomendasi terutama bagi Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta berkaitan dengan motivasi dan konsep diri yang dimiliki oleh anggotanya sehingga diharapkan dapat menentukan langkah yang tepat untuk menjaga dan mendukung motivasi anggota organisasi.

1.5. Kerangka Teori

Terdapat landasan teori yang menjadi acuan untuk membantu penulis dalam menganalisa topik penelitian yang dibahas. Teori yang dipakai penulis disesuaikan dengan ranah ilmu komunikasi agar penulis dapat menemukan keterkaitan antara teori yang telah dipelajari dengan hasil temuan di lapangan.

1.5.1. Organisasi

Schein (1982) mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab (dalam Muhammad, 2002: 23). Sedangkan Wright (1977) menyebutkan bahwa organisasi merupakan suatu bentuk sistem terbuka dari aktivitas yang dikoordinasi oleh dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama (dalam Muhammad, 2002: 24).

Pace dan Faules (2002: 11) bahkan mengklasifikasikan pengertian organisasi tergantung dari cara pandang individu, apakah objektif atau subyektif. Cara pandang obyektif merujuk kepada sifat fisik dan konkret, yang merupakan sebuah struktur dengan batas-batas yang pasti. Sedangkan, cara pandang subjektif lebih memandang organisasi sebagai kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang; terdiri dari tindakan-tindakan, interaksi dan transaksi yang melibatkan orang-orang. Kaum subjektivis menganggap organisasi sebagai mengorganisasikan perilaku (Pace dan Faules, 2002: 11). Manusia menciptakan, memelihara, mengubah dan menghentikan organisasi lewat perilaku yang terus berubah (Pace dan Faules, 2002: 13). Kaum subjektivis kemudian tertarik pada tindakan-tindakan anggota organisasi tersebut dan akibat tindakan-tindakan mereka dan apa makna akibat tersebut bagi mereka (Pace dan Faules, 2002: 18). Meski demikian, kaum objektivis juga mengisyaratkan bahwa keteraturan eksis di dunia nyata; keteraturan

dapat diramalkan dan dikendalikan. Pemikiran demikian banyak merangsang kemunculan pandangan bahwa motivasi penting diperhatikan. Pengetahuan mengenai aspek-aspek unik peserta organisasi dan dunia yang mereka ciptakan; hal ini membutuhkan pengetahuan mengenai dunia mereka dan apa maknanya bagi mereka (Pace dan Faules, 2002: 16). Meski demikian, Robbins (2009:4) bahkan mengatakan bahwa terdapat syarat yang harus dipenuhi agar dapat disebut sebagai organisasi, yakni adanya struktur kepemimpinan, memiliki anggota, adanya tujuan yang ingin dicapai yang terangkum dalam misi organisasi.

Berdasarkan jenisnya, organisasi dibagi menjadi tiga yakni organisasi profit atau bisnis, organisasi publik serta non profit. Organisasi publik mempunyai misi melayani publik, organisasi bisnis/*profit* merupakan organisasi yang melayani masyarakat umum dengan tujuan utama mendapatkan keuntungan (*profit*). Sedangkan, organisasi *non profit* atau organisasi nirlaba merupakan organisasi yang tidak terorganisir untuk membuat keuntungan (Wolf, 1999: 19-20). Dalam organisasi, terdapat pihak-pihak yang berkepentingan secara langsung yang dapat disebut sebagai *Stakeholder*, diantaranya pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok atau supplier, para pemberi pinjaman, serta salah satunya merupakan komunitas (Freeman, 1984:25). Idealnya, penting bagi seluruh organisasi, baik yang bersifat profit maupun *non profit* untuk mengembangkan relasi yang harmonis

dan sinergis (Rumanti, 2005: 18). Guna mewujudkan relasi yang baik, komunikasi menjadi elemen utama yang harus dikembangkan oleh organisasi (Wood dan Salter, 2002).

1.5.2. Komunikasi Organisasi

Komunikasi Organisasi dapat didefinisikan berdasarkan dua pandangan, diantaranya fungsional (objektif) serta interpretif (subjektif). Berdasarkan pandangan objektif, komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya, dan berfungsi dalam suatu lingkungan (Pace dan Faules, 2002: 31). Hal yang menjadi fokus dalam pandangan ini ialah komunikasi diantara anggota-anggota yang terkandung dalam suatu batas organisasional (Pace dan Faules, 2002: 33). Sedangkan, definisi komunikasi organisasi berdasarkan perspektif subjektif adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang merupakan organisasi. Penekanan pada pandangan subjektif ini yakni “perilaku pengorganisasian” yang terjadi, dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi (Pace dan Faules, 2002: 33).

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, dalam komunikasi organisasi, motivasi dianggap merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, dimana hal tersebut berkaitan dengan inti dari organisasi itu sendiri yang merupakan orientasi

dari ‘mengorganisasikan perilaku’ (Pace dan Faules, 2002: 11-16). Agar lebih jelas mengenai motivasi, akan dijelaskan sebagai berikut.

1.5.3. Motivasi

Motivasi merupakan kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi ke arah tujuan-tujuan organisasi, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi suatu kebutuhan individual. Pada akhirnya, motivasi merupakan sebuah proses akan pemenuhan kebutuhan (Robinnns, 1996: 198-199). Sedangkan Siagian (1989: 132) mengatakan bahwa motivasi merupakan daya dorong yang mengakibatkan seorang anggota organisasi rela untuk mengarahkan kemampuan dalam bentuk keahlian atau keterampilan, tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang telah ditentukan sebelumnya.

Lebih spesifik lagi, Miftah Thoha (1986: 197) menekankan bahwa motivasi adalah suatu proses psikologi namun bukanlah satu-satunya unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Ahli dari bidang perilaku organisasi mengklasifikasikan motivasi menjadi tiga komponen penting, yakni adanya dorongan (dari kebutuhan tertentu), yang mengarahkan (suatu tindakan), serta memelihara (kepada suatu tujuan tertentu) (Greenberg *and* Baron, 1993: 114-115). Hal ini juga didukung oleh Miftah Thoha (1986: 198), yang menekankan bahwa motivasi terdiri dari tiga aspek penting yakni kebutuhan, dorongan dan

tujuan. Thoha menggambarkan ketiganya merupakan suatu ketergantungan unsur-unsur yang merupakan suatu lingkaran. Selain itu, ada unsur lain yang mempengaruhi terjadinya perilaku tersebut, diantaranya persepsi, kepribadian dan lingkungan. Adanya unsur dorongan yang menyebabkan seseorang berperilaku ini dapat dianggap memelihara kegiatan-kegiatan dan menetapkan arah umum yang harus ditempuh. Sedangkan tujuan merupakan sesuatu yang ingin dicapai yang berada di luar diri individu. Kadangkala tujuan diartikan pula sebagai suatu harapan untuk mendapat suatu penghargaan, yakni suatu arah yang dikehendaki oleh motivasi, dan di dalam konteks organisasi, masing-masing individu memiliki tujuannya sendiri-sendiri (Thoha, 1986: 197-202).

Berdasarkan pengertian tersebut, terdapat dua poin penting yang dapat menggambarkan motivasi; pertama, motivasi dan prestasi pekerjaan dalam organisasi bukan merupakan suatu kesamaan. Kedua, Motivasi dapat beraneka ragam/berbagai bentuk. Hal ini menjelaskan bahwa motivasi yang dimiliki oleh seseorang dapat lebih dari satu; tergantung masing-masing individu (Greenberg *and* Baron, 1993: 114-115). Kini, semakin berjalannya waktu, di abad ke 21 ini motivasi memiliki arti yang cukup berkembang (Jackson dan Carter, 2007: 189), yakni:

As “individuals’ motives about searching for identity, for positive valuation from the other”... and not only gaining satisfactory materials (Jackson and Carter, 2007: 189).

Kutipan tersebut menekankan bahwa kini motivasi merupakan dorongan kebutuhan individu dalam mencari identitasnya, untuk mendapatkan nilai positif dari yang lain, sehingga tidak hanya mencari kepuasan materi saja.

Salah satu alasan bahwa kebutuhan merupakan hal yang sangat penting digunakan untuk memahami motivasi, sebab kebutuhan merupakan kekuatan utama seseorang dalam memiliki motivasi. Ringkasnya, kebutuhan merupakan kekuatan yang membentuk dorongan untuk mengarahkan dan mempengaruhi sebuah sikap, yang menunjukkan apa yang dilakukan oleh seseorang (Hunneryager dan Heckman, 1992: 9). Menurut Pace dan Faules (2002: 120), sebagian dari teori-teori paling lazim mengenai motivasi merujuk kepada kebutuhan sebagai kekuatan pendorong perilaku manusia. Teori ERG kemudian dianggap teori yang penting untuk menjelaskan tentang bagaimana kebutuhan berfungsi memotivasi manusia. Suatu kebutuhan ditekankan merupakan sesuatu yang penting, tidak terhindarkan, untuk memenuhi suatu kondisi. Bahkan, Pace dan Faules (2002: 120) mengatakan bahwa motivasi manusia dalam berperilaku adalah respons untuk memuaskan kebutuhan.

1.5.3.1. Teori Kebutuhan ERG

Guna memahami motivasi, banyak teori yang menjelaskan mengenai kebutuhan manusia, khususnya kebutuhan dasar atau inti seperti teori kebutuhan ERG milik Clayton Aldelfer. ERG merupakan singkatan dari tiga kategori kebutuhan dari teori

ini, diantaranya *Existence* (E), *Relatedness* (R) serta *Growth* (G) (Pace dan Faules, 2002: 121-122). Alderfer terinspirasi dari teori kebutuhan klasik milik Maslow yang terdiri dari fisiologis, keamanan, sosial, penghargaan serta aktualisasi diri. Ia berusaha mengolah dan memperbaharui teori hierarki kebutuhan Maslow agar semakin dekat dengan penelitian empiris (Robbins, 2008: 224). Pendapat Alderfer (dalam Pace dan Faules, 2002: 122) mengenai tiga kelompok kebutuhan inti tersebut, yakni;

1. *Existence* (Eksistensi/Kehidupan)

Berisi mengenai kebutuhan fisiologis dan materi. Kebutuhan fisiologis mencakup rasa lapar, haus, berlidung, seksual dan kebutuhan fisik lainnya. Sedangkan kebutuhan materi berupa pendapatan dan lingkungan kerja yang menyenangkan.

2. *Relatedness* (Relasi/Hubungan)

Kebutuhan akan relasi menyangkut hubungan dengan orang-orang yang penting bagi individu, seperti keluarga, sahabat atau rekan kerja. Dalam teori kebutuhan Maslow, kebutuhan relasi ini merupakan kebutuhan akan sosial dan status. Kebutuhan sosial seperti rasa kasih sayang, kepemilikan, penerimaan dan persahabatan. Kebutuhan status merupakan

faktor penghargaan yang bersifat eksternal seperti bentuk pengakuan dan perhatian.

3. *Growth* (Pertumbuhan)

Kebutuhan akan pertumbuhan meliputi keinginan untuk produktif dan kreatif dengan mengerahkan segenap kesanggupan individu. Kebutuhan pertumbuhan ini serupa dengan kebutuhan penghargaan dan aktualisasi milik Maslow. Kebutuhan penghargaan merupakan kebutuhan akan faktor-faktor penghargaan yang sifatnya eksternal seperti hormat diri, otonomi dan pencapaian. Sedangkan kebutuhan aktualisasi diri berbentuk dorongan untuk menjadi seseorang sesuai dengan kecakapannya meliputi pertumbuhan, pencapaian potensi seseorang dan pemenuhan diri sendiri.

Meski dikatakan penghalusan dari teori kebutuhan Maslow, teori milik Alderfer ini berbeda dari dua aspek;

- a. Pertama, ERG tidak berasumsi bahwa terdapat sebuah hierarki yang kaku dimana seseorang harus memenuhi kebutuhan tingkat rendah terlebih dahulu sebelum naik ke tingkat selanjutnya. Selain itu, seorang individu juga dapat berfokus pada beberapa kategori kebutuhan secara bersamaan.

- b. Kedua, ia menegaskan bahwa meskipun suatu kebutuhan terpenuhi, kebutuhan tersebut dapat berlangsung terus sebagai pengaruh kuat dalam keputusan (Pace dan Faules, 2002: 122).

Motivasi merupakan salah satu unsur pokok dalam perilaku seseorang. Salah satunya bergabung dan terlibat ke dalam sebuah organisasi. Arti kata ‘terlibat’ menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan adanya keikutsertaan individu atau berperannya sikap ataupun emosi individu dalam situasi tertentu (dalam KBBI, 2014). Setiadi (2005: 116) menegaskan bahwa terlibat paling banyak dipahami sebagai fungsi dari seseorang, objek serta situasi. Terlibat juga berarti terdapat kepentingan pribadi yang dirasakan dan minat yang dibangkitkan oleh stimulus di dalam situasi spesifik. Motivasi yang didasari individu terlibat dalam organisasi memiliki keterkaitan dengan konsep diri; individu yang dimotivasi oleh suatu kebutuhan yang ingin dipenuhinya bertindak berdasarkan hasil refleksi dari konsep diri yang dimilikinya (dalam Setiadi, 2005:116), meski demikian tindakan yang merujuk kepada perilaku yang terjadi juga dapat menambah identitas diri yang merupakan bagian dari konsep diri individu (dalam Pace dan Faules, 2002: 128). Dalam pemenuhannya, konsep diri disebut-sebut sebagai hal yang penting bagi anggota organisasi dalam berperilaku. Dimana pemenuhan dalam perilaku bekerja menunjukkan bahwa anggota organisasi merasa bahwa mereka telah mampu mendefinisikan diri mereka sendiri sesuai dengan keinginan mereka dan diterima, sebagai tanda kehidupan yang terpenuhi (Pace dan Faules, 2002: 128). Definisi diri yang dimaksud tersebut

merupakan bentuk dari konsep diri. Guna mengetahui mengenai konsep diri, akan dijelaskan sebagai berikut.

1.5.4. Konsep diri

Konsep diri merupakan seperangkat perspektif yang relatif stabil yang dipercaya seseorang mengenai dirinya sendiri (West dan Turner, 2009: 101). Konsep diri merupakan organisasi dari persepsi-persepsi diri, dari bagaimana kita mengenal, menerima dan menilai diri kita sendiri; suatu deskripsi mengenai siapa kita, mulai dari identitas fisik, sifat hingga prinsip. Berpikir mengenai bagaimana mempersepsi diri adalah bagaimana seseorang memberi gambaran mengenai sesuatu pada dirinya (hubungannya dengan orang lain, etos kerja atau sifat kepribadiannya misalnya) (Setiadi, 2005: 117). Ketika individu lahir, ia tidak memiliki gambaran mengenai pengetahuan dan penilaian dirinya, namun seiring dengan berjalannya waktu, individu mulai dapat membedakan antara dirinya dengan orang lain, dan pada akhirnya ia mengetahui siapa dirinya, apa yang diinginkan serta dapat melakukan penilaian terhadap dirinya. Selain itu, konsep diri terbentuk dari hasil belajar individu melalui hubungannya dengan orang lain, seperti orangtua, kawan sebaya serta masyarakat (Calhoun dan Acocella, 1990: 74).

Tema mengenai pentingnya konsep diri ini memiliki dua asumsi menurut LaRossan dan Reitzes (1993) (dalam West dan Turner, 2009: 101-103), yakni:

- a. Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain. Individu-individu tersebut tidak lahir dengan konsep diri; mereka belajar tentang diri mereka melalui interaksi. Konteks sosial dan interaksi adalah sesuatu yang penting ketika menyelidiki tentang diri.
- b. Konsep diri memberikan motif yang penting untuk perilaku. Manusia memiliki mekanisme untuk berinteraksi dengan dirinya sendiri, berdasarkan pemikiran bahwa keyakinan, nilai, perasaan dan penilaian-penilaian mengenai dirinya. Mekanisme ini digunakan untuk menuntun perilaku dan sikap. Memiliki diri memaksa orang untuk mengonstriksi tindakan dan responsnya, daripada sekedar mengekspresikannya. Prediksi mengenai diri sendiri yang menyebabkan berperilaku sedemikian sehingga hal tersebut terjadi (impiannya terwujud) disebut dengan proses 'prediksi pemenuhan diri'.

Dilihat dari sudut pandang konteks sosial, Calhoun & Acocella (1990: 75-76) merumuskan tiga dimensi yang digunakan untuk mengukur konsep diri, diantaranya pengetahuan tentang diri sendiri, pengharapan tentang diri sendiri dan penilaian tentang diri sendiri, sebagai berikut:

1. Pengetahuan

Bagian diri ini merupakan aspek yang paling mendasar pada konsep diri dan mengacu pada pengetahuan akan pertanyaan

“Siapakah saya?”, dimana dalam pertanyaan tersebut tercakup label-label dan simbol-simbol yang diberikan pada diri (*self*) oleh individu-individu yang bersangkutan untuk menggambarkan dirinya dan membangun identitasnya. Dimensi pertama dari konsep diri ini adalah mengenai apa yang kita ketahui mengenai diri kita, yang merujuk kepada identitas diri seperti jenis kelamin, suku bangsa, pekerjaan, usia, dan sebagainya. Kita memberikan julukan tertentu pada diri kita.

2. Pengharapan

Pandangan tentang diri kita tidak terlepas dari kemungkinan kita menjadi apa di masa mendatang. Pengharapan dapat dikatakan diri ideal. Setiap harapan dapat membangkitkan kekuatan yang mendorong untuk mencapai harapan tersebut di masa depan.

3. Penilaian

Penilaian menyangkut unsur evaluasi, seberapa besar kita menyukai diri kita sendiri. Semakin besar ketidak-sesuaian antara gambaran kita tentang diri kita yang ideal dan yang aktual maka akan semakin rendah harga diri kita. Sebaliknya, orang yang punya harga diri yang tinggi akan menyukai siapa dirinya, apa yang dikerjakannya dan sebagainya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa

dimensi penilaian merupakan komponen pembentukan konsep diri yang cukup signifikan.

Konsep diri yang dimiliki oleh individu secara sosial dipengaruhi secara kuat oleh budaya, seperti yang dikemukakan Morreale, Spitzberg dan Barge (2007: 65). Selain itu, budaya secara kuat mempengaruhi perilaku dan sikap yang dianggap penting dalam konsep diri individu (West dan Turner, 2009: 103). Konkritnya, ketika seseorang berada dalam suatu lingkungan budaya tertentu dan dibesarkan dalam budaya tersebut, maka perspektif seseorang atau masyarakat tersebut terbentuk sesuai dengan budaya yang dimilikinya (Giddens, 1991). Kebudayaan barat dan kebudayaan timur memiliki batasan yang cukup jelas dalam implementasinya di masyarakat. Kebudayaan barat lebih menekankan nilai akan kehidupan yang bebas, mewah, menonjol yang ditunjukkan melalui atributnya. Sedangkan, kebudayaan timur lebih merujuk kepada nilai-nilai kehidupan kolektif berupa kebersamaan, kekeluargaan gotong-royong, dan lebih berdasarkan pada norma-norma yang ada pada lingkungan sekitar (Giddens, 1991).

Berdasarkan gambaran tersebut, implikasinya terhadap konsep diri dapat ditelaah menjadi dua dimensi terhadap konstruksi sosial-budaya yang dimiliki oleh individu, yakni *individualism* (individual) dengan diri *collectivism* (kolektif) (dalam Morreale, Spitzberg dan Barge, 2007: 75), diantaranya:

a. Diri Individual

Diri individual adalah diri yang fokus pada atribut internal yang sifatnya personal, yakni kemampuan individual, intelegensi, sifat kepribadian dan pilihan-pilihan individual. Diri adalah terpisah dari orang lain dan lingkungan. Budaya dengan diri individual mendisain dan mengadakan seleksi sepanjang sejarahnya untuk mendorong ketidaktergantungan setiap anggotanya kepada anggota lain. Mereka didorong untuk membangun konsep diri yang terpisah dari orang lain, termasuk dalam kerangka tujuan keberhasilan yang cenderung lebih mengarah pada tujuan dari individu. Diri adalah terbatas dan terpisah dari orang lain. Selanjutnya informasi relevan akan diri yang paling penting adalah atribut-atribut yang diyakini stabil, konstan, personal dan intrinsik dalam diri, semacam kemampuan, tujuan, prinsip-prinsip dan sebagainya.

b. Diri kolektif

Budaya yang menekankan nilai diri kolektif sangat khas dengan ciri perasaan akan keterkaitan antar manusia satu dengan yang lain, bahkan antar dirinya sebagai mikro kosmos dengan lingkungan diluar dirinya sebagai makro kosmos. Tugas normatif utama pada budaya ini adalah bagaimana individu memenuhi dan memelihara

keterkaitannya dengan individu lain. Karenanya, diri (*self*) lebih fokus pada atribut eksternal termasuk kebutuhan dan harapan-harapannya. Dalam konstruk diri kolektif ini, nilai keberhasilan dan harga diri adalah apabila individu tersebut mampu memenuhi kebutuhan komunitas dan menjadi bagian penting dalam hubungan dengan komunitas. Individu fokus pada status keterikatan mereka (*interdependent*), dan penghargaan serta tanggung jawab sosialnya. Aspek terpenting dalam pengalaman kesadaran adalah *intersubjective*, saling terhubung antar personal.

Dalam budaya diri kolektif ini, informasi mengenai diri yang terpenting adalah aspek-aspek diri dalam hubungan (*relationship*), dan selanjutnya ciri-ciri diri yang dideskripsikan adalah yang berhubungan dan tidak terpisah dari suatu konteks sosial tertentu. Ini tidak berarti bahwa individu-individu dengan diri kolektif tidak memiliki pengetahuan mengenai atribut internal, semacam sifat kepribadian, kemampuan, sikap dan lainnya. Hal ini lebih terjadi karena dalam kesadaran mereka, hal-hal mengenai atribut internal tersebut dipandang kurang penting, dan sangat mungkin mereka lebih menekankan (*concern*) pada pikiran, perasaan dan perilaku yang dalam setiapnya diyakini tidak pernah lepas dengan lingkungan sosial.

1.6.Kerangka Konsep

Organisasi dapat dipahami melalui menjadi dua bentuk pandangan, yakni pandangan objektif maupun subyektif Pace dan Faules (2002: 11). Cara pandang obyektif merujuk kepada sifat fisik dan konkret, yang merupakan sebuah struktur dengan batas-batas yang pasti, sedangkan cara pandang subjektif, lebih memandang organisasi sebagai kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang; terdiri dari tindakan-tindakan, interaksi dan transaksi yang melibatkan orang-orang. Meski demikian, salah satu faktor yang penting dalam organisasi adalah mencari anggota yang ingin bergabung dan terlibat secara sukarela, oleh sebab itu, tiap-tiap anggota HDCI Yogyakarta tentu memiliki motivasi masing-masing mengapa mereka terlibat (Barber *and* Gaskill, 2008: 110). Guna mewujudkan relasi yang baik antar anggotanya, komunikasi menjadi elemen utama yang harus dikembangkan oleh organisasi (Wood dan Salter, 2002). Dalam komunikasi organisasi, motivasi dianggap merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, dimana hal tersebut berkaitan dengan inti dari organisasi itu sendiri yang merupakan orientasi dari ‘mengorganisasikan perilaku’ (Pace dan Faules, 2002: 11-16). Bagi perspektif anggota organisasi, dengan terlibat di dalam organisasi yang baik dan efektif akan memberikan identitas sosial yang prestisius dan meningkatkan konsep diri individu (Widyarini, 2009: 30). Di mana terlibat memiliki arti adanya keikutsertaan individu atau berperannya sikap ataupun emosi individu dalam situasi tertentu (dalam bahasa.kemdiknas.go.id).

Motivasi memiliki keterkaitan dengan konsep diri. Individu yang dimotivasi oleh suatu kebutuhan yang ingin dipenuhinya bertindak berdasarkan hasil refleksi dari konsep diri yang dimilikinya (dalam Setiadi, 2005:116), meski demikian tindakan yang merujuk kepada perilaku yang terjadi juga dapat menambah identitas diri yang merupakan bagian dari konsep diri individu (dalam Pace dan Faules, 2002: 128). Pemahaman akan motivasi dan konsep diri anggota organisasi juga merupakan bagian yang penting dalam konteks komunikasi organisasi. Motivasi yang memiliki pengertian kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi ke arah tujuan-tujuan organisasi, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi suatu kebutuhan individual (dalam Robbins, 1996: 198-199), menekankan bahwa kebutuhan merupakan sesuatu yang paling penting dalam memotivasi manusia (Pace dan Faules, 2002: 120). Sehingga dapat dikatakan bahwa motivasi merupakan sebuah proses akan pemenuhan kebutuhan (Robbins, 1996: 198-199). Kebutuhan disebut sebagai hal yang sangat penting digunakan untuk memahami motivasi, sebab kebutuhan merupakan kekuatan utama seseorang dalam memiliki motivasi (Hunneryager dan Heckman, 1992: 9).

Guna memahami motivasi, banyak teori yang menjelaskan mengenai kebutuhan manusia, khususnya kebutuhan dasar atau inti seperti teori kebutuhan ERG milik Clayton Alderfer. ERG merupakan singkatan dari tiga kategori kebutuhan dari teori ini, diantaranya *Existence* (E), *Relatedness* (R) serta *Growth* (G) (Pace dan Faules, 2002: 121-122). Alderfer mengklasifikasikan tiga kelompok kebutuhan inti, yakni; eksistensi (yang berisi mengenai kebutuhan fisiologis serta

kemanan), relasi (meliputi kebutuhan sosial dan status) serta pertumbuhan (meliputi kebutuhan penghargaan dan aktualisasi diri) (dalam Robbins, 2008: 224-225). *Existence* (Eksistensi) berisi mengenai kebutuhan fisiologis (mencakup rasa lapar, haus, berindung, seksual dan kebutuhan fisik lainnya) dan materi (berupa pendapatan dan lingkungan kerja yang menyenangkan). Sedangkan *relatedness* (Relasi) merujuk kepada kebutuhan akan relasi menyangkut hubungan dengan orang-orang yang penting bagi individu, seperti keluarga, sahabat atau rekan kerja. Terakhir, *growth* (Pertumbuhan) yang mencakup kebutuhan akan pertumbuhan meliputi keinginan untuk produktif dan kreatif dengan mengerahkan segenap kesanggupan individu.

Konsep diri yang memiliki pengertian seperangkat perspektif yang relatif stabil yang dipercaya seseorang mengenai dirinya sendiri (West dan Turner, 2009: 101), memiliki gambaran yang dapat diklasifikasikan menjadi tiga dimensi, menurut dari sudut pandang konteks sosial, yakni pengetahuan tentang diri sendiri, pengharapan tentang diri sendiri dan penilaian tentang diri sendiri (Calhoun & Acocella, 1990: 75-76). Konsep diri yang dimiliki oleh individu secara sosial juga dipengaruhi secara kuat oleh budaya, seperti kebudayaan barat dengan kebudayaan timur (Morreale, Spitzberg dan Barge, 2007: 65). Implikasi konstruksi sosial-budaya yang dimiliki oleh individu, tersebut melahirkan dua jenis klasifikasi konsep diri yakni diri *individualism* (individual) dengan diri *collectivism* (kolektif) (dalam Morreale, Spitzberg dan Barge, 2007: 75).

1.7. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian sebagai berikut.

1.7.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Kirk dan Miller (dalam Moleong 2005: 4) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai sebuah tradisi dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Sedangkan penelitian deskriptif adalah penelitian yang menghasilkan data yang berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka karena disebabkan oleh penerapan kualitatif di dalamnya. Semua data yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti (Moleong, 2005: 11). Peneliti mengambil pendekatan kualitatif sebab penelitian ini berangkat dari adanya fenomena sosial yakni terlibatnya anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta ke dalam organisasi *non profit* tersebut. Karena berberbicara mengenai latar belakang dorongan individu serta kaitan terhadap konsep dirinya dalam terlibat di organisasi, maka hasil penelitian yang dilakukan merupakan penjelasan yang berupa penggambaran kata-kata. Penggambaran yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penggambaran melalui kata-kata mengenai Keterkaitan Motivasi untuk Terlibat dan Konsep Diri Anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta.

1.7.2. Metode Penelitian

Metode dari penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah suatu penelitian kualitatif yang berusaha menemukan makna, menyelidiki proses dan memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam dari individu, kelompok atau situasi (Emzir, 2010: 20). Menurut Smith dalam Emzir (2010: 20), studi kasus dapat menjadi berbeda dari bentuk-bentuk penelitian kualitatif lain oleh fakta bahwa studi ini berfokus pada “unit tunggal” atau “suatu sistem terbatas”. Penelitian ini berusaha menemukan makna serta pemahaman yang mendalam dari individu yang terlibat dalam organisasi, oleh sebab itu studi kasus merupakan metode yang paling tepat untuk dilakukan. Di dalam penelitian ini, studi kasus yang ingin diteliti merupakan terlibatnya individu ke dalam organisasi yang memiliki sifat *non profit*. Terlibatnya individu dalam organisasi menjadi sorotan utama bagi peneliti, sebab berdasarkan Barber dan Gaskill (2008: 110), masing-masing anggota merupakan aset terpenting yang dimiliki oleh organisasi, khususnya yang meneladani nilai-nilai komunitas.

Kasus yang diambil menjadi fokus adalah motivasi dari terlibatnya serta konsep diri yang dimiliki anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta ke dalam organisasi tersebut. Adanya pengorbanan berupa pengeluaran yang cukup besar beserta syarat-syarat lain yang wajib dipenuhi anggota HDCI Yogyakarta, telah menunjukkan bahwa masing-masing anggota organisasi memiliki motivasi terhadap

pemenuhan tujuan tertentu. Pilihan akan terlibatnya anggota ke dalam organisasi tersebut merupakan suatu pilihan yang dapat ditolak, karena organisasi tersebut merupakan organisasi yang tidak wajib untuk diikuti (*optional*). Berdasarkan pengorbanan-pengorbanan yang dilakukan oleh anggota HDCI Yogyakarta, peneliti ingin mengetahui apa yang mendorong para anggota tersebut memutuskan untuk terlibat di dalam organisasi. Karena dorongan yang dimaksud berkaitan erat dengan konsep diri anggota organisasi, maka konsep diri turut diberi perhatian serupa. Menurut peneliti, dorongan serta konsep diri yang dimiliki para anggota hingga terlibat di dalam organisasi ini cukup representatif untuk dilakukannya penelitian, yang kemudian dianalisis berdasarkan teori yang diangkat sebagai kajian analisis.

1.7.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk memperoleh data primer dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan, dan terwawancara – atau yang disebut sebagai partisipan – yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara (Moleong, 2005: 186). Wawancara mendalam dilakukan dengan tujuan menggali motivasi yang dimiliki oleh individu. Karena sifat motivasi yang individual dan subjektif, maka penggalan informasi berdasarkan

percakapan dari wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang dianggap paling tepat.

Sebelum dilakukan wawancara, peneliti telah melakukan persiapan berupa penyusunan daftar pertanyaan yang ingin ditanyakan kepada partisipan berkaitan dengan penelitian yang dilakukan yang disebut *interview guide* (pedoman wawancara). Hal ini penting untuk melihat bahwa pertanyaan-pertanyaan yang dirumuskan sesuai dengan teori yang digunakan dan tidak berubah selama wawancara. Meski demikian, pertanyaan yang dilakukan dan respon yang ditunjukkan tidak diharapkan menjadi terstruktur dan sempit, partisipan dapat berbicara dari subjektivitas mereka dan pewawancara memiliki kemungkinan untuk mengajukan pertanyaan yang muncul dari percakapan (Bryman dan Bell, 2007: 474). Dengan cara ini, partisipan penelitian memiliki banyak kebebasan untuk menjawab dan segala sesuatu bahkan gerakan tubuh saat menjawab dianggap sebagai subjektivitas bagaimana partisipan memandang motivasi yang dimilikinya untuk terlibat di dalam organisasi.

Dalam penelitian kali ini, wawancara yang dilakukan terdiri atas sejumlah pertanyaan yang telah dipersiapkan oleh peneliti mengenai keterkaitan motivasi untuk terlibat dan konsep diri anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta, yang kemudian diajukan kepada lima partisipan penelitian. Topik penelitian akan diajukan peneliti secara tatap muka, lalu kemudian peneliti merekam semua jawaban yang

dikemukakan oleh partisipan penelitian. Perekaman jawaban dari partisipan dilakukan untuk menghindari *error of recognition*, yakni kegagalan interviewer memproduksi ingatannya kembali (Usman dan Akbar, 2008: 57).

Selain melakukan wawancara mendalam, peneliti juga menggunakan dokumen lokasi untuk melengkapi data yang dibutuhkan. Dokumen lokasi dapat berfungsi untuk menambah informasi dan pemahaman peneliti terhadap lokasi dan partisipan penelitian (Emzir, 2010: 61). Pada penelitian kali ini, penulis mengumpulkan dokumen resmi dari lokasi penelitian yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dokumen ini dapat diperoleh dari internal organisasi dan berupa beberapa informasi yang berhubungan dengan Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta, seperti sejarah umum organisasi, logo organisasi, struktur organisasi serta daftar anggota organisasi.

1.7.4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mengurutkan, menyusun, dan memaknai data yang telah disusun secara massal. Proses analisis data seringkali berawal dari penemuan data pertama (Keyton, 2006: 290). Teknik analisis data dari penelitian ini mengambil teknik analisis menurut Huberman. Menurut Huberman dalam Emzir (2010: 130) ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif, yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi dan pentransformasian “data mentah” yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Sebagaimana kita ketahui, reduksi data terjadi secara kontinu melalui kehidupan sebuah proyek yang diorientasikan secara kualitatif. Sebagaimana pengumpulan data berproses, terdapat beberapa episode selanjutnya dari reduksi data (membuat rangkuman, pengodean, membuat tema-tema, membuat gugus-gugus, membuat pemisahan-pemisahan, menulis memo-memo). Reduksi data bukanlah sesuatu yang terpisah dari analisis. Ia merupakan bagian dari analisis. Pilihan-pilihan peneliti potongan-potongan data untuk diberi kode, untuk ditarik ke luar dan rangkuman pola-pola sejumlah potongan, apa pengembangan ceritanya, semua merupakan pilihan-pilihan analitis.

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan (Emzir, 2010: 130). Pada penelitian kali ini, peneliti menangkap jawaban dan interaksi yang terjadi saat wawancara mendalam antara

peneliti dengan partisipan penelitian mengenai Keterkaitan Motivasi untuk Terlibat dan Konsep Diri Anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta.

Peneliti kemudian akan membuat rangkuman serta menulis transkrip wawancara sebagai catatan tertulis peneliti terhadap interaksi yang telah dilakukan antara peneliti dan partisipan penelitian. Pada tahap ini pula, peneliti mulai memproses data anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta yang telah dikumpulkan dari hasil wawancara untuk dilakukan pemilahan, pengaturan dan pengelompokan data menjadi beberapa bagian yang dibutuhkan. Pengelompokan data disesuaikan dengan alur dari kerangka teori yang ada di antaranya mengelompokkan serta pengkategorian data mengenai persepsi anggota HDCI Yogyakarta, tujuan menjadi anggota HDCI Yogyakarta serta konsep diri anggota HDCI Yogyakarta.

2. Model data (*data display*)

Langkah utama kedua dari kegiatan analisis data adalah model data. Kita mendefinisikan “model” sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam tujuan pekerjaan kita, kita menjadi yakin bahwa model yang lebih baik adalah suatu jalan masuk utama untuk

analisis kualitatif yang valid. Model tersebut mencakup berbagai jenis matriks, grafik, jaringan kerja, dan bagan. Semua dirancang untuk merakit informasi yang tersusun dalam suatu yang dapat diakses secara langsung, bentuk yang praktis, dengan demikian peneliti dapat melihat apa yang terjadi dan dapat dengan baik menggambarkan kesimpulan yang dijustifikasikan maupun bergerak ke analisis tahap berikutnya model mungkin menyarankan yang bermanfaat (Emzir, 2010: 132).

Ketika data telah diproses, maka kemudian peneliti akan menyajikan data berupa penguraian kata-kata dari pengelompokkan hasil analisis bentuk motivasi anggota HDCI Yogyakarta terlibat dalam organisasi, hingga akhirnya menguraikan keterkaitan konsep diri yang dimiliki oleh anggota HDCI Yogyakarta.

3. Penarikan/verifikasi kesimpulan

Langkah ketiga dari aktivitas analisis adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah “makna” sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur kausal, dan proposisi-proposisi. Peneliti yang kompeten dapat menangani kesimpulan-kesimpulan ini jelas, memelihara

kejujuran dan kecurigaan (skeptisme), tetapi kesimpulan masih jauh, baru mulai dan pertama masih samar, kemudian meningkat menjadi eksplisit dan mendasar, menggunakan istilah klasik Glasser dan Strauss (1967).

Kesimpulan “akhir” mungkin tidak terjadi hingga pengumpulan data selesai, tergantung pada ukuran korpus dari catatan lapangan, pengodean, penyimpanan, dan metode-metode perbaikan yang digunakan, pengalaman peneliti, dan tuntutan dari penyandang dana-tetapi kesimpulan sering digambarkan sejak awal, bahkan ketika seorang peneliti menyatakan telah memproses secara induktif (Emzir, 2010: 133). Pada tahap ini peneliti akan mengambil suatu keputusan mengenai Bagaimana Keterkaitan Motivasi untuk Terlibat dan Konsep Diri Anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta.

1.7.5. Partisipan Penelitian

Partisipan yang telah dilakukan dalam penelitian ini merupakan anggota resmi Harley Davidson *Club* Indonesia Yogyakarta. Telah dipilih empat anggota organisasi dengan pertimbangan bahwa anggota-anggota tersebut terlibat cukup erat dalam Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta. Selain itu, keempat anggota yang dipilih merupakan anggota-anggota yang dianggap menjadi *pioneer* diantara anggota yang lain, paling aktif mengadakan pertemuan dan *touring*

Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta. Keempat anggota yang menjadi responden penelitian tersebut diantaranya:

- a. Partisipan 1 menjabat sebagai Ketua Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta
- b. Partisipan 2 merupakan Koordinator Bidang Touring Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta
- c. Partisipan 3 merupakan anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta
- d. Partisipan 4 merupakan anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta