

**Keterkaitan Motivasi untuk Terlibat dan Konsep Diri
Anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta
Agnes Anastasia Iswari / Dr. Gregoria Arum Yudarwati**

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 6 Yogyakarta 55281

ABSTRAK

Harley Davidson Club Indonesia (HDCI) Yogyakarta sebagai komunitas yang menyebut dirinya organisasi, telah menempatkan dirinya pada organisasi *non profit*. Karena tiap anggota adalah aset terpenting yang dimiliki oleh komunitas, maka terlibatnya anggota masuk ke organisasi menarik untuk diteliti. Seperti organisasi *non profit* lainnya, untuk bergabung dan terlibat ke dalam organisasi HDCI Yogyakarta ini, anggota organisasi diwajibkan memenuhi persyaratan yang ditentukan. Tentu hal ini membutuhkan pengorbanan dari anggota HDCI Yogyakarta. Dari berbagai pengorbanan yang dilakukan, masing-masing anggota HDCI Yogyakarta memiliki suatu motivasi yang menyebabkan mereka terlibat dalam organisasi. Kebutuhan dianggap sebagai hal yang paling penting digunakan untuk memahami motivasi, sebab kebutuhan merupakan kekuatan utama seseorang dalam memiliki motivasi. Dalam perspektif anggota organisasi, pemahaman akan motivasi dan konsep diri anggota organisasi merupakan bagian yang penting dalam konteks komunikasi organisasi.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode Deskriptif Kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan keterkaitan motivasi untuk terlibat dan konsep diri anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta. Sehingga, dapat diketahui seperti apa motivasi anggota HDCI Yogyakarta terlibat di organisasi tersebut, konsep dirinya, serta keterkaitan antara keduanya.

Pada akhirnya, diketahui bahwa anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta terlibat di dalam organisasi tersebut termotivasi oleh kebutuhan yang ingin dipenuhinya, sesuai dengan konsep dirinya. Bahkan, beberapa anggota HDCI Yogyakarta juga menempatkan pandangan mengenai pentingnya organisasi tersebut dapat menambah konsep dirinya ke arah yang diinginkannya. Sehingga, pada penelitian ini, ditemukan bahwa motivasi yang mendasari keterlibatan merupakan bentuk upaya pemenuhan kebutuhan dan nilai yang merupakan refleksi dari konsep diri.

Kata Kunci: Motivasi, Terlibat, Kebutuhan, Konsep diri

A. Latar Belakang

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), yang merupakan organisasi berbasis komunitas. Lima puluh tahun merupakan sebuah usia yang luar biasa dalam perjalanan berdirinya sebuah organisasi pecinta otomotif roda dua. Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta, sebagai cabang organisasi HDCI di wilayah Yogyakarta juga telah menunjukkan eksistensinya dari berbagai kegiatan-kegiatan yang dilakukannya. Salah satu *event* HDCI Yogyakarta yang rutin dilaksanakan merupakan *Jogja Bike Rendezvous* (JBR). Event yang rutin dilaksanakan setiap tahun ini merupakan *event* berskala internasional yang turut mengundang keterlibatan pihak-pihak asing/luar negeri. Karena JBR dianggap turut menggerakkan perekonomian DIY, HDCI Yogyakarta dipercaya mengemban tugas sebagai *Honorary Ambassador of Tourism* Yogyakarta. Predikat tersebut adalah 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 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. 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 yang akan dimasukkan ke dalam Kas organisasi. 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.

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*). 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. 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).

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.

B. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan keterkaitan motivasi untuk terlibat ke

dalam organisasi dan konsep diri anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta.

C. Kerangka Teori

1. Organisasi

Pace dan Faules (2002: 11) 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). 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).

2. Komunikasi Organisasi

Berdasarkan pandangan objektif, komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. 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). Dalam komunikasi organisasi, motivasi dianggap merupakan hal yang penting untuk diperhatikan (Pace dan Faules, 2002: 11-16). Agar lebih jelas mengenai motivasi, akan dijelaskan sebagai berikut.

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 (Robinn, 1996: 198-199). Salah satu alasan bahwa kebutuhan merupakan hal yang sangat penting digunakan untuk memahami motivasi, sebab kebutuhan merupakan kekuatan yang membentuk dorongan untuk mengarahkan dan mempengaruhi sebuah sikap, yang menunjukkan

apa yang dilakukan oleh seseorang (Hunneryager dan Heckman, 1992: 9). Teori ERG kemudian dianggap teori yang penting untuk menjelaskan tentang bagaimana kebutuhan berfungsi memotivasi manusia.

3.1. Teori Kebutuhan ERG

ERG merupakan singkatan tiga kategori kebutuhan *Existence* (E), *Relatedness* (R) serta *Growth* (G) dari teori milik Clayton Alderfer. Dimana;

1. *Existence* (Eksistensi/Kehidupan); Berisi mengenai kebutuhan fisiologis dan materi.
2. *Relatedness* (Relasi/Hubungan); Kebutuhan akan relasi menyangkut hubungan dengan orang-orang yang penting bagi individu, seperti keluarga, sahabat atau rekan kerja.
3. *Growth* (Pertumbuhan); Kebutuhan akan pertumbuhan meliputi keinginan untuk produktif dan kreatif dengan mengerahkan segenap kesanggupan individu (Pace dan Faules, 2002: 122).

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). Guna mengetahui mengenai konsep diri, akan dijelaskan sebagai berikut.

4. Konsep diri

Konsep diri merupakan seperangkat perspektif yang relatif stabil yang dipercaya seseorang mengenai dirinya sendiri (West dan Turner, 2009: 101). 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. Konsep diri yang dimiliki oleh individu secara sosial dipengaruhi secara kuat oleh budaya, seperti yang dikemukakan Morreale, Spitzberg dan Barge (2007: 65). 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, 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.

b. Diri kolektif

Budaya yang menekankan nilai diri kolektif lebih fokus pada atribut eksternal termasuk kebutuhan dan harapan-harapannya (dalam Morreale, Spitzberg dan Barge, 2007: 75).

D. Hasil Penelitian

1. Nilai organisasi berdasarkan persepsi anggota HDCI Yogyakarta

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, masing-masing anggota HDCI Yogyakarta ketika ditanya mengenai gambaran nilai organisasi tersebut, semua cenderung menjelaskan ke arah gambaran rangkuman nilai yang dimiliki anggota HDCI Yogyakarta. Berikut merupakan nilai-nilai utama organisasi Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta yang diperoleh melalui hasil wawancara.

a. Kebanggaan dan kecintaan akan suatu merek 'Harley Davidson'

Seluruh partisipan penelitian mengemukakan hal yang sama, bahwa nilai yang paling menonjol di organisasi ini merupakan nilai kebanggaan serta kecintaan akan suatu merek 'Harley Davidson', yang terwujud karena adanya hobi berkendara *moge*, khususnya *moge* dengan merek Harley Davidson.

b. Nilai eksklusifitas; memiliki *prestise*

HDCI Yogyakarta disebut sebagai organisasi eksklusif memiliki maksud bahwa organisasi tersebut beranggotakan individu dengan golongan kondisi ekonomi kelas atas (nilai *prestise* yang tinggi), sehingga tidak sembarang individu dapat masuk ke dalam organisasi tersebut. Penyebab utamanya yakni mahalnnya harga kendaraan Harley Davidson khususnya di Indonesia, yang wajib dimiliki para anggotanya.

c. *Brotherhood* atau nilai-nilai kekeluargaan

Nilai-nilai kekeluargaan yang tercermin dari organisasi ini diartikan dengan adanya budaya saling tolong menolong antar anggota; seperti contoh ketika ada anggota yang sedang mengalami kesulitan, kesedihan, anggota lain selalu berusaha untuk membantu dan menghibur.

d. Nilai-nilai budaya barat

Organisasi yang berasal dari Milwaukee, Amerika ini memiliki nilai-nilai yang sarat dengan wilayah asalnya, yakni budaya barat. Wujud dari budaya barat tersebut tercermin dari gaya berpakaian serta beberapa kebiasaan dari sebagian besar anggota HDCI Yogyakarta.

e. Nilai-nilai sosial

Pandangan bahwa nilai-nilai sosial melekat pada HDCI Yogyakarta didukung dengan banyaknya kegiatan sosial yang dilakukan oleh organisasi ini. Hal ini terwujud dari terselenggaranya beberapa *event* HDCI Yogyakarta yang diselipkan berbagai aksi sosial, seperti diadakannya bakti sosial pengumpulan dana untuk panti asuhan, buka bersama dengan anak-anak yatim piatu, dan sebagainya.

2. Tujuan menjadi anggota HDCI Yogyakarta

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti keterkaitan motivasi untuk terlibat dan konsep diri anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta, dimana satu dari tiga aspek penting dalam motivasi merupakan tujuan (Thoza, 1986). Berikut merupakan hasil penjabaran identifikasi tujuan menjadi anggota HDCI Yogyakarta menurut keempat partisipan penelitian.

a. Menyalurkan hobi mengendarai Harley Davidson

Anggota yang benar-benar bergabung dan terlibat ke dalam HDCI Yogyakarta dengan tujuan untuk menyalurkan atau mengekspresikan hobi mengendarai *moge* Harley Davidson cenderung memahami dan mencintai *moge* ini. Anggota golongan ini dianggap sebagai '*bikers sejati*', sehingga beberapa anggota di dalam golongan tersebut bahkan tidak ingin '*rembugan*' atau berbicara mengenai bisnis atau pekerjaan tertentu.

b. Menyalurkan inspirasi

Selain menyalurkan hobi, terdapat partisipan yang memutuskan terlibat ke dalam organisasi karena ingin menyalurkan inspirasinya.

- c. Bersosialisasi dan menambah jaringan/*link* (jaringan pertemanan, saudara, pasangan hidup, pekerjaan/bisnis)

Tujuan lain anggota HDCI Yogyakarta terlibat ke dalam organisasi tersebut yakni untuk menambah *link* atau jaringan kenalan. Latar belakang suku, asal, pendidikan, usia, bahkan pekerjaan yang berbeda-beda dari anggota HDCI Yogyakarta dilihat oleh sebagian individu sebagai hal yang menarik, bahkan peluang untuk mengenal masing-masing anggota dengan tujuan tertentu, seperti membutuhkan *link* untuk kepentingan pekerjaannya, *Link*/jaringan kenalan pertemanan atau persaudaraan, Jaringan/kenalan untuk pasangan hidup, Jaringan/kenalan untuk menambah informasi yang lebih serta Jaringan/kenalan untuk memperoleh kenyamanan dan keamanan dalam berkendara.

- d. Menaikkan status sosial

Karakteristik anggota yang bergabung dan terlibat ke HDCI Yogyakarta dengan tujuan untuk memiliki status sosial tertentu cenderung kurang memiliki pengetahuan mengenai *moge* Harley Davidson. Mereka tidak menempatkan spesifikasi kendaraan Harley Davidson sebagai hal yang penting atau hal utama, namun hanya ingin menaikkan status sosialnya. Hal ini berkaitan dengan pandangan masyarakat mengenai pemilik serta pengguna *moge* Harley Davidson yang merupakan kalangan yang berpunya.

3. Konsep Diri Anggota HDCI Yogyakarta

- a. Partisipan 1

Dilihat dari konsep diri masing-masing partisipan, partisipan 1 mendeskripsikan konsep dirinya sebagai seorang *bikers* yang benar-benar mencintai *moge* Harley, orang yang terbuka, memiliki jiwa sosial yang tinggi, serta memiliki sifat 'kebakakan' seperti cenderung bersikap *memomong* atau membimbing. Ketua HDCI Yogyakarta ini juga menggambarkan bahwa beliau merupakan individu yang memegang nilai-nilai serta prinsip keagamaan. Beliau juga merupakan wirausahawan, dan dari sisi kebudayaan, Partisipan 1 menjelaskan bahwa ia menganut budaya timur; budaya Indonesia, khususnya adat Jawa. Meski demikian, budaya timur yang dimilikinya seringkali ia padukan dengan budaya barat di dalam penampilan.

- b. Partisipan 2

Partisipan 2 menggambarkan dirinya merupakan seorang *bikers* yang benar-benar mencintai dan memahami kendaraan bermotornya. Selain *bikers*, dirinya juga

menggambarkan bahwa ia merupakan orang yang memiliki sifat sosial, cenderung menyukai bekerja di dalam suatu tim daripada individu, mengedepankan *prestise*/strata sosial serta mementingkan prinsip *brotherhood* dan nilai-nilai persaudaraan khususnya kepada sesama *bikers moge*. Koordinator bidang touring HDCI Yogyakarta ini merupakan individu yang menganut budaya barat atau '*american style*' dalam hal gaya hidup. Meski demikian, ia juga memadukannya dengan kebudayaan dimana ia tinggal yakni budaya timur, khususnya budaya Jawa. Selain itu, Partisipan 2 merupakan seorang wirausaha. Prinsip hidupnya ke arah sosial.

c. Partisipan 3

Partisipan 3 menggambarkan bahwa dirinya merupakan seorang *bikers* yang menggemari Harley Davidson, gemar bersosialisasi dan menyukai hal-hal yang bersifat ke arah interaksi sosial. Prinsip hidup yang dimilikinya pun menunjukkan bahwa ia gemar bersosialisasi, yakni; hidup hanya sekali, maka manfaatkan untuk melakukan kegiatan sosial dengan orang lain. Di samping itu, beliau menggambarkan dirinya sebagai individu yang *enerjik* atau bersemangat, serta nyaman bekerja secara tim dari pada individu. Partisipan 3 yang merupakan salah satu anggota termuda yang tergolong aktif di HDCI Yogyakarta ini juga seorang wirausahawan, khususnya di bidang kontraktor bangunan. Kebudayaan yang dimilikinya merupakan kebudayaan timur, khususnya budaya Jawa. Meski demikian, tidak jarang pula ia melakukan gaya hidup *americano* atau kebudayaan barat.

d. Partisipan 4

Partisipan 4 mendeskripsikan dirinya sebagai *bikers* yang gemar bersosialisasi, menyukai berkumpul serta lebih nyaman bekerja secara tim daripada individu. Partisipan 4 yang merupakan anggota HDCI Yogyakarta yang tergolong muda ini menyebutkan bahwa dirinya seorang wirausahawan di bidang jual beli mobil serta penyewaan properti di Yogyakarta. Beliau juga mendeskripsikan kebudayaan yang dianutnya merupakan perpaduan antara kebudayaan barat dengan kebudayaan timur; dimana style gaya berpakaianya saja yang cenderung ke arah barat, sedangkan sikap, nilai dan prinsip beliau lebih ke arah budaya ketimuran yang kolektif. Gambaran prinsip hidupnya merupakan 'hidup untuk sosial'.

E. Analisis

1. Motivasi Anggota HDCI Yogyakarta Terlibat dalam Organisasi

Jika dirangkum dalam sebuah tabel, motivasi yang disebutkan oleh masing-masing partisipan berdasarkan pengalaman yang dimiliki serta pengamatan yang dilakukan terhadap anggota lain, diantaranya;

TABEL 1.
Motivasi Anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta

Motivasi Anggota HDCI	Partisipan			
	1	2	3	4
Menyalurkan hobi mengendarai Harley Davidson	√	√	√	√
Menyalurkan inspirasi terkait <i>moge</i>				√
Bersosialisasi dan menambah jaringan/ <i>link</i> . Dimana jaringan yang dipahami oleh partisipan dapat berupa; a. <i>Link</i> /jaringan kenalan pertemanan atau persaudaraan b. Jaringan pekerjaan/bisnis c. Jaringan/kenalan untuk pasangan hidup d. Jaringan/kenalan untuk memperoleh kenyamanan dan keamanan dalam berkendara e. Jaringan/kenalan untuk menambah informasi yang lebih	√	√	√	√
Menaikkan status sosial (jawaban semua partisipan)	√	√	√	√

Berdasarkan klasifikasi teori kebutuhan ERG, kebutuhan dari keempat anggota HDCI Yogyakarta yang menjadi responden penelitian dapat digolongkan ke dalam klasifikasi sebagai berikut:

a. Kebutuhan untuk menyalurkan hobi

Jika dilihat dari teori kebutuhan ERG, kebutuhan menyalurkan hobi ini masuk ke dalam jenis kebutuhan pertumbuhan, khususnya pencapaian potensi seseorang serta pemenuhan diri sendiri. Kebutuhan untuk menyalurkan hobi ini masuk ke dalam kebutuhan pertumbuhan, sebab penyaluran hobi merupakan salah satu proses pencapaian potensi serta pembelajaran dalam diri individu. Hobi yang dimaksud merupakan hobi mengendarai *moge* Harley Davidson.

b. Kebutuhan untuk menyalurkan inspirasi terkait *moge*

Pengertian inspirasi menurut KBBI merupakan suatu ilham, yang berarti pikiran yang timbul dari hati serta sesuatu yang menggerakkan hati untuk mencipta (dalam KBBI, 2014). Penekanan pada ‘menggerakkan hati untuk

mencipta' dari pengertian tersebut menjelaskan bahwa kebutuhan untuk menyalurkan inspirasi merupakan salah satu upaya pencapaian potensi serta prestasi suatu individu, yang masuk ke dalam kategori kebutuhan pertumbuhan milik ERG.

c. Kebutuhan untuk menambah jaringan kenalan atau *link*

Hubungan yang dimiliki diakui para anggota berbentuk hubungan pertemanan, persaudaraan (menganggap anggota lain sebagai saudaranya; sikap *brotherhood*) atau bahkan yang lebih intim; percintaan. Kebutuhan-kebutuhan tersebut merupakan bentuk kebutuhan akan hubungan dari teori ERG milik Alderfer, sebab hubungan yang dijalin merupakan hubungan dengan orang-orang yang penting bagi individu tersebut, sesuai dengan karakteristik dari kebutuhan sosial ERG.

d. Kebutuhan percintaan; memiliki pasangan hidup

Berkaitan dengan poin kebutuhan menambah jaringan kenalan sebelumnya, hubungan perkenalan yang dimiliki dapat berlanjut ke arah hubungan yang lebih serius dan intim, yakni hubungan percintaan. Adanya hubungan ini menyebabkan individu dapat memenuhi kebutuhannya untuk memiliki pasangan hidup, yang dalam klasifikasi teori ERG masuk ke dalam kebutuhan akan Kehidupan/esksistensi milik Alderfer, khususnya bagian kebutuhan fisik (seks).

e. Kebutuhan pekerjaan dan bisnis

Jika dianalisis menggunakan teori ERG, kebutuhan bisnis ini masuk ke dalam kebutuhan Eksistensi, yakni kebutuhan fisik. Hal ini disebabkan bisnis atau pekerjaan seseorang merupakan caranya mencari nafkah untuk menghidupi dirinya, seperti makan, tempat tinggal, dan sebagainya. Di samping itu, jika *link*/jaringan yang diperoleh untuk kelancaran bisnis dilakukan untuk mencapai prestasi yang diinginkan untuk meraih kesuksesan tertentu, maka dapat dikatakan bahwa kebutuhan bisnis ini masuk ke dalam kebutuhan akan *Growth* (Pertumbuhan) milik McClelland.

f. Kebutuhan akan informasi

Jaringan kenalan/*link* yang ingin dimiliki dapat dimaksudkan kepada pemenuhan kebutuhan untuk mendapatkan informasi. Informasi yang berarti penerangan, pemberitahuan, kabar atau berita tentang sesuatu (dalam KBBI, 2014) ini masuk ke dalam kebutuhan pertumbuhan dalam teori ERG. Ini

disebabkan karena informasi merupakan faktor penunjang yang penting untuk pencapaian potensi seseorang.

g. Kebutuhan untuk mendapatkan rasa aman

Jika diuraikan lebih spesifik, maksud perolehan jaringan kenalan yang dilakukan anggota organisasi HDCI Yogyakarta karena dirinya ingin merasa aman dalam berlalu lintas serta menjadi anggota dari organisasi yang telah diakui dalam bidang hukum. Hal ini dikarenakan ketua HDCI pusat berasal dari jajaran kepolisian dengan pangkat yang tinggi. Disamping itu, anggota HDCI Yogyakarta sendiri banyak yang berprofesi sebagai polisi. Berdasarkan teori ERG milik Alderfer, kebutuhan untuk mendapatkan rasa aman ini masuk ke dalam kategori kebutuhan Eksistensi, khususnya kemanan.

h. Kebutuhan untuk mendapatkan status sosial tertentu

Berdasarkan teori ERG, kebutuhan mendapatkan status sosial tinggi ini merupakan bentuk upaya pemenuhan kebutuhan hubungan, tepatnya kebutuhan akan pengakuan; yang merupakan unsur dari kebutuhan hubungan.

2. Konsep diri Anggota HDCI Yogyakarta

Berdasarkan penjabaran konsep diri serta klasifikasi konstruk sosial-budaya yang dimiliki oleh masing-masing anggota HDCI, telah dirangkum seluruh konsep diri anggota HDCI Yogyakarta berdasarkan sebagian besar konsep diri yang terkandung dari partisipan penelitian. Konsep diri anggota HDCI Yogyakarta yang di rangkum tersebut, dimasukkan ke dalam tabel yang berisi *checklist* konsep diri masing-masing partisipan, antara lain:

TABEL 2.
Konsep Diri Anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta

Konsep Diri	Partisipan			
	1	2	3	4
Berjiwa <i>bikers</i> yang gemar mengendarai <i>moge</i>	√	√	√	√
Memiliki sifat sosial tinggi/gemar bersosialisasi	√	√	√	√
Lebih nyaman bekerja secara tim daripada individu		√	√	√
Memiliki prinsip hidup ke arah sosial		√	√	√
wirausahawan	√	√	√	√
Nilai-nilai budaya yang dianut perpaduan budaya timur dan barat, dengan nilai budaya timur yang cenderung menonjol	√		√	√
Konstruk sosial-budaya Kolektif		√	√	√

- a. Dari konsep diri yang dikemukakannya, Partisipan 1 memiliki jenis konsep diri berdasarkan konstruk sosial-budaya budaya kolektif dan individual yang hampir seimbang, namun konsep diri yang paling menonjol merupakan konsep diri individual.
- b. Partisipan 2 memiliki sifat dengan konsep diri berdasarkan konstruk sosial-budaya kolektif.
- c. Partisipan 3 memiliki jenis konsep diri berdasarkan konstruk sosial-budaya kolektif yang cukup kuat.
- d. Terakhir, jenis konsep diri berdasarkan konstruk sosial-budaya kolektif partisipan 4 merupakan konsep diri kolektif.

3. Keterkaitan Motivasi untuk Terlibat dan Konsep Diri Anggota HDCI Yogyakarta

Bentuk keterkaitan motivasi dengan konsep diri yang dimiliki oleh anggota Harley Davidson Club Indonesia adalah sebagai berikut:

TABEL 3.
Bentuk Keterkaitan Motivasi dan Konsep Diri
Anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta

Motivasi	Konsep Diri
1. Menyalurkan hobi mengendarai <i>moge</i>	A. Berjiwa <i>bikers</i> yang gemar mengendarai <i>moge</i>
2. Menyalurkan inspirasi (terkait dengan <i>moge</i>)	
3. Mendapatkan dan/menaikkan status sosial tertentu	B. Nilai-nilai budaya yang dianut perpaduan budaya timur dan barat, dengan nilai budaya timur yang cenderung menonjol
4. Bersosialisasi dan menambah jaringan/ <i>link</i> kenalan; 4.1.pertemanan atau persaudaraan, 4.2.pekerjaan/bisnis, 4.3.pasangan hidup 4.4.memperoleh kenyamanan dan keamanan dalam berkendara 4.5.menambah informasi yang lebih	C. Memiliki sifat sosial tinggi/gemar bersosialisasi D. Lebih nyaman bekerja secara tim daripada individu E. Memiliki prinsip hidup ke arah sosial F. Seorang wirausahawan G. Konstruk sosial-budaya Kolektif

Berdasarkan tabel diatas, dapat di peroleh hasil bentuk keterkaitan motivasi dengan konsep diri yang dimiliki oleh anggota Harley Davidson Club Indonesia berupa;

1. Anggota yang memiliki motivasi menyalurkan hobi mengendarai *moge* terkait dengan konsep dirinya yang berjiwa *bikers* yang gemar mengendarai *moge*
2. Anggota yang memiliki motivasi mendapatkan dan/menaikkan status sosial tertentu cenderung terkait dengan konsep dirinya yang menganut nilai-nilai perpaduan budaya timur dan barat, dengan nilai budaya timur yang cenderung menonjol
3. Anggota yang memiliki motivasi menyalurkan inspirasi (terkait dengan *moge*), cenderung terkait dengan konsep dirinya yang berjiwa *bikers* yang gemar mengendarai *moge*
4. Anggota yang memiliki motivasi bersosialisasi dan menambah jaringan/*link* kenalan pertemanan atau persaudaraan, jaringan untuk mendapatkan pasangan hidup, jaringan untuk memperoleh kenyamanan dan keamanan dalam berkendara serta jaringan untuk menambah informasi yang lebih – cenderung terkait dengan konsep dirinya yang memiliki sifat sosial tinggi/gemar bersosialisasi, Lebih nyaman bekerja secara tim daripada individu, memiliki prinsip hidup ke arah sosial serta konstruk sosial-budaya kolektif.
5. Anggota yang memiliki motivasi menambah jaringan/*link* pekerjaan/bisnis, cenderung terkait dengan konsep dirinya yang merupakan seorang wirausahawan

F. Kesimpulan

Motivasi memiliki keterkaitan dengan konsep diri seorang individu yang ingin terlibat ke dalam suatu organisasi. Ketika terlibat dalam HDCI Yogyakarta, masing-masing anggota organisasi tersebut memiliki tujuan untuk mencapai kebutuhannya. Di samping memenuhi kebutuhannya, organisasi tersebut juga harus sesuai dengan konsep diri yang dimiliki masing-masing anggota. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa anggota Harley Davidson Club Indonesia Yogyakarta, terlibat ke dalam organisasi dimotivasi oleh kebutuhan yang ingin dipenuhinya, sesuai dengan konsep diri yang dimilikinya. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa motivasi yang dimiliki individu terkait dengan masuknya individu tersebut ke dalam organisasi tidak hanya satu bentuk, melainkan dua, tiga; tergantung individu tersebut.

G. Daftar Pustaka

- Calhoun dan Acocella. 1990. *Psikologi tentang penyesuaian Hubungan Kemanusiaan Edisi Ketiga*. Semarang: Ikip Semarang Press.
- Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and Self-Identity*. Stanford: Standford University Press.
- Hunneryager dan Heckman. 1992. *Motivasi dan Perilaku*. Semarang: Effhar dan Dahara Prize.
- Jason, Norman and Carter, Pippa. 2007. *Rethinking Organisational Behaviour Second Edition*. United Kongdom: Prentice Hall.
- KBBI. (2014). Kamus Besar Bahasa Indonesia's website. Retrieved from <<http://bahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/indeks.php>>
- Morreale, Sherwyn., Spitzberg, Brian H., dan Barge, J. Kevin. 2007. *Human Communication: Motivation, Knowledge and Skills Second Edition*. Canada: Holly J. Allen.
- Pace, R. Wayne., Don F. Faules. 1998. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Robbins, Stephen. P. 1996. *Perilaku Organisasi Konsep, Kontroversi, Aplikasi*. Jakarta: Prenhallindo.
- Rumanti, Maria Assumpta. 2005. *Dasar-Dasar Public relations Teori dan Praktik*. Jakarta: Grasindo.
- Setiadi, Nugroho J. 2005. *Perilaku Konsumen Cetakan Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Siagian, S.P. 1989. *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: Bina Aksara.
- Thoah, Miftah. 1986. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali.
- West, Richard and Turner, Lynn H. 2009. *Introducing Communication Theory: Analysis & Application*. Third Edition. Singapore: McGraw Hill.
- Widyarini, Nilam. 2009. *Teori Psikologi Populer: Membangun Hubungan Antar Manusia*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wood, Naomi – Langford dan Brian Salter. 2002. *Critical Corporate Communications: a Best Practice Blueprint*. England: John Wiley and Sons, Ltd.
- Yuniarso, Agus. (2013). *Kemeriahan Jogja Bike Rendezvous 2013 "Save Indonesia Restore Something"*. Kabare Magazine. Retrieved from <<http://liputan.kabaremagazine.com/2013/05/kemeriahan-jogja-bike-rendezvous-2013.html>>