KOMUNIKASI KELOMPOK MOTOR CBR SIDOARJO CLUB DALAM PEMBENTUKAN CITRA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

ASRI MAR-ATUS SHOLICHAH

NIM: B76214028

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

JURUSAN KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2018

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA
PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Asri Mar-atus Sholichah
Nim	: B76214028
Prodi	: Ilmu Komunikasi
Alamat	: Prumpon-Suruh RT 04 RW 01 Sukodono-Sidoarjo

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun
2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain
3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 25 April 2018

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
E156EAEF891070101
6000
ENAM RIBU RUPIAH

ASRI MAR-ATUS SHOLICHAH

NIM B76214028

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama	: Asri Mar-atus Sholichah
NIM	: B76214028
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul	: Komunikasi Kelompok Motor CBR Sidoarjo Club dalam Pembentukan Citra

Skirpsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 23 April 2018

Dosen Pembimbing,

Dr. Moch Choirul Arif, S.Ag, M. Fil.I

NIP: 197110171998031001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Asri Mar-atus Sholichah ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 23 April 2018

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,

Dr. Hj. Suhartini, M.Si

NIP. 195801131982032001

Penguji I,

Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M Fil.I

NIP. 197110171998031001

Penguji II,

Rahmad Harianto, S.IP, M.Med.Kom

NIP. 197805092007101004

Penguji III,

Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag

196004121994031001

Penguji IV,

Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip, M.Si

197301141999032004

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ASRI MAR-ATUS SHOLICHAH
NIM : B76214028
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan komunikasi / komunikasi
E-mail address : achimaratus@Gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
KOMUNIKASI KELOMPOK MOTOR CBR SIDOARJO CLUB DALAM PEMBENTUKAN CITRA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 April 2018.

Penulis

(ASRI MAR-ATUS.S.)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Asri Mar-atus Sholichah, B76214028, 2018. Komunikasi Kelompok Motor CBR Sidoarjo Club Dalam Pembentukan Citra

Kata Kunci : Citra, Komunitas Motor CBR, Persepsi

Persoalan yang hendak dikaji dalam penelitian ini yaitu bagaimana proses komunikasi kelompok motor CBR Sidoarjo Club dalam pembentukan citra kepada masyarakat.

Untuk mengungkapkan persoalan tersebut, digunakan metode penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan data mengenai komunikasi kelompok motor CBR Sidoarjo Club dalam pembentukan citra di masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan berlandaskan Teori Image Restoration. Teknik pengumpulan data dilakukan melauli wawancara dan observasi secara langsung. Data dilakukan pemeriksaan keabsahannya, lalu dilakukan penyajian sekaligus analisis data untuk kemudian dilakukan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Rolling Silaturahmi merupakan bentuk pencitraan terhadap masyarakat yang dilakuka oleh kelompok motor CBR Sidoarjo Club. Dengan Rolling Silaturahmi ini guna menujukkan kepada keluarga anggota juga kepada masyarakat sekitar bahwa kelompok Motor CBR melakukan hal-hal yang bersifat postif dan tidak merugikan masyarakat.

Bertitik tolak dari penelitian ini, rekomendasi yang diperkirakan dapat menjadi bahan pertimbangan adalah (1) agar tetap mempertahankan perilaku-perilaku postif kepada masyarakat. (2) agar tetap menjalin keakraban kepada masyarakat agar masyarakat tahu kelompok motor CBR Sidoarjo Club benar-benar kelompok yang baik dan tidak merugikan masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGESAHAN TIM PENGUJI

MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... v

KATA PENGANTAR..... vi

ABSTRAK viii

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR BAGAN…… xi

DAFTAR GAMBAR..... xii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang……... 1
B. Rumusan Masalah…….. 7
C. Tujuan Penelitian…… 7
D. Manfaat Penelitian…….. 7
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu…….. 8
F. Definisi Konsep…….. 10
G. Kerangka Pikir Penelitian …….. 12
H. Metode Penelitian……... 14
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian…… 14
2. Sumber dan Obyek Penelitian…… 14
3. Jenis dan Sumber Data……...14
4. Tahap-tahap Penelitian…….. 16
5. Teknik Pengumpulan Data…… 17
6. Teknik Analisis Data……. 18
7. Teknik Keabsahan Data……19
I. Sistematika Pembahasan……19

BAB II : KAJIAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka…… 21
1. Citra……21
a. Pengertian Citra……21
b. Jenis Citra…….. 22
c. Komponen – komponen Pembentukan Citra……24
d. Proses Pembentukan Citra……27

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Komunikasi Kelompok…….. 30
a. Pengertian Komunikasi Kelompok……... 30
b. Perkembangan Kelompok……. 32
c. Pengaruh Kelompok Pada Perilaku Komunikasi…….. 33
d. Unsur-unsur Komunikasi Kelompok…… 34
e. Proses Komunikasi Kelompok…….. 36
f. Karakteristik Komunikasi Kelompok……39
g. Fungsi Komunikasi Kelompok……..40
h. Komunitas……..43
i. Klub Motor…… 46
j. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Komunitas…….....……... 47
B. Kajian Teori
1. Teori Image Restoration…… 48

BAB III : PAPARAN DATA PENELITIAN

A. Deskripsi Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian……...53
1. Subyek Penelitian…….. 53
2. Obyek Penelitian……... 56
3. Lokasi Penelitian……... 57
B. Deskripsi Data Penelitian……... 57
1. Profil Komunitas……... 57
2. Proses Pencitraan Komunitas Motor CBR di Masyarakat……..... 69

BAB IV : INTERPRETASI HASIL PENELITIAN

A. Temuan Penelitian……...89
B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori…… 93

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan…… 97
B. Rekomendasi……...98

DAFTAR PUSTAKA…….. 99

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian……13

Bagan 2.1 Model Pembentukan Citra Pengalaman Mengenai stimulus……27

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club..... 65

Gambar 3.2 Jadwal Rutin Kopdar 65

Gambar 3.3 Spanduk Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club 66

Gambar 3.4 Suasana Kopdar CBR Sidoarjo 68

Gambar 3.5 Bagi-bagi Takjil Ketika Bulan Ramadhan 76

Gambar 3.6 Berbuka Bersama Anak Yatim Piatu..... 77

Gambar 3.7 Silaturahmi Bergiliran ke Rumah Anggota CBR 80

Gambar 3.8 Komunitas CBR Melakukan Penjemputan MENPORA 82

Gambar 3.9 Komunitas CBR Mendapatkan Pengarahan dari Polres Sidoarjo..... 82

Gambar 3.10 Lambang CBR dan Kepolisian 83

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunitas sepeda motor merupakan kelompok yang terbentuk atas kesamaan ketertarikan dan hobi yang sama juga memiliki visi-misi yang sama. Untuk menunjukkan identitasnya pada masyarakat biasanya suatu komunitas motor menggunakan atribut-atribut tertentu yang dipasangkan pada sepeda motor anggota komunitas, yang menunjukkan bahwasanya mereka adalah berasal dari satu komunitas tertentu.

Menjadi bikers (anak motor atau pengguna motor) bukan hanya sekedar menjadi pengendara sepeda motor saja tetapi sudah dijadikan gaya hidup yang membawa nama klub atau komunitas motor dalam dirinya. Kemanapun bikers pergi, ia akan membawa serta identitas klub atau komunitasnya sebagai identitas yang tidak bisa dipisahkan dari dirinya menjadi satu bersama dengan harga dirinya.

Berkembangnya geng motor di perkotaan sebagai bentuk kejahatan yang dilakukan oleh remaja sudah lama menjadi sorotan serius di berbagai pihak. Munculnya geng motor di tengah-tengah masyarakat tidak hanya mengakibatkan kerusakan secara fisik saja, semisal perusakan fasilitas umum, aksi ugalugalan dan balap-balapan liar di jalanan maupun tindak tawuran antar geng motor, akan tetapi juga, tindakan geng motor sudah menjurus pada perilaku kriminal yang sangat meresahkan masyarakat seperti tindakan penganiayaan, perampokan, penjarahan, perampasan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sepeda motor yang ditinggalkan pemiliknya bahkan sampai menimbulkan korban jiwa. Sehingga tak jarang masyarakat menjadi resah akibat ulah geng motor akhir-akhir ini

Banyaknya kejadian akibat perbuatan geng motor merupakan suatu hal yang meresahkan warga sekitar. Banyaknya kejadian anarkis yang sering di lakukan oleh kelompok motor membuat citra komunitas motor menjadi buruk. Berikut beberapa contoh kejadian yang pernah dilakukan oleh komunitas motor yang meresahkan masyarakat sekitar :

"28 Orang Anggota Geng Motor Bersenjata Ditangkap"

Kasus telah kita ungkap ada 19 kasus. Pelaku yang ditangkap 69 yang ditahan, di mana dari pelaku, berandalan bermotor (geng motor) 28 orang. Perilaku perbuatan yang menjadi meresahkan masyarakat. Kasus 17 tawuran. Kepemilikan senpi, dan pencurian dengan kekerasan ada dua," ujar Kapolda Metro Jaya Irjen M Iriawan, dalam keterangan pers, di Mapolda Metro Jaya, Jakarta, Jumat (2/6/2017).

Dari tangan mereka, polisi juga menyita senjata tajam (sajam) dan senjata api (senpi). Iriawan sempat menunjukkan barang bukti tersebut berupa celurit, panah, dan pedang.

Dari beberapa kasus itu, Iriawan menyoroti geng motor yang meresahkan. Dia meminta setiap polres untuk melakukan pendekatan dan sosialisasi ke setiap klub motor agar tidak terlibat dalam kegiatan yang meresahkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari kasus yang berhasil diungkap itu, Iriawan menyebut ada beberapa pelaku yang masih di bawah umur. Nantinya polisi akan menerapkan aturan yang sesuai.[1]

"Geng Motor Pemuda Tanggung di Jakarta yang Resahkan Warga"

Aksi geng motor kembali meresahkan masyarakat Jakarta. Baru-baru ini sekelompok pemuda tanggung berusia sekitar 15 hingga 19 tahun melakukan kekerasan terhadap seorang warga di kawasan Jatiwaringin, Jakarta Timur, hingga menyebabkan warga tersebut meninggal dunia.

Keresahan yang ditimbulkan anggota geng motor ini bukanlah hal baru. Setidaknya sejak tahun 2014 lalu, keresahan warga semakin menjadi-jadi akibat ulah geng motor, yang tak hanya merampas harta benda, namun juga mengancam nyawa.

Seperti pengakuan 8 orang anggota geng motor Babe asal Cakung, Jakarta Timur, yang berhasil diringkus aparat kepolisian dari Polsek Cakung pada 29 April 2014 lalu. Kasat Reskrim Polres Jakarta Timur waktu itu, Kompol Tejo Yuantoro, mengatakan bahwa aksi kekerasan dan perampokan yang dilakukan anggota geng motor ini rupanya salah satu bentuk pembuktian pada kelompoknya.

Tak jarang aksi geng motor tersebut menimbulkan korban jiwa. Nur Zaman (30), warga Jalan Haji Noor, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, kritis setelah dibacok oleh sekelompok geng motor pada 23 November 2014 lalu. Tak ada motif khusus yang mendasari perbuatan mereka. Aksi

[1] https://news.detik.com/berita/d-3518695/28-orang-anggota-geng-motor-bersenjata-ditangkap.(Jumat 02 maret 2018, 18:19 WIB)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mereka dilakukan hanya karena ingin berbuat onar dan menebar teror di jalanan.[2]

Kelompok adalah sekumpulan orang-orang yang terdiri dari dua atau tiga orang bahkan lebih. Kelompok memiliki hubungan yang intensif di antara mereka satu sama lainnya, terutama kelompok primer, intensitas hubungan di antara mereka merupakan persyaratan utama yang di lakukan oleh orang-orang dalam kelompok tersebut. Kelompok memiliki tujuan dan aturan-aturan yang dibuat sendiri dan merupakan kontribusi arus informasi di antaramereka sehingga mampu menciptakan atribut kelompok sebagai bentuk karakteristik yang khas dan melekat pada kelompok itu. Kelompok yang baik adalah kelompok yang mengatur sirkulasi tatap muka yang intensif di antara anggota kelompok.[3]

Kelompok juga memberi identitas terhadap individu, melalui identitas ini setiap anggota kelompok secara tidak langsung berhubungan satu sama lain. Melalui ientitas ini individu melakukan pertukaran fungsi dengan individu lain dalam kelompok.[4]

Secara umum kelompok memiliki aspek sosial dan karakteristik psikologis yang melihat dirinya sebagai satu bagian kumpulan individu.

---

[2] https://kumparan.com/rini-friastuti/geng-motor-pemuda-tanggung-di-jakarta-yang-resahkan-warga. (senin 22-mei 2017-08.55)
[3] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group , 2006), hlm.270
[4] Ibid, hlm.272

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam kelompok, anggota saling berinteraksi satu sama lain dan anggota kelompok mempengaruhi satu sama lain melalui interaksi sosial.[5]

Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi-fungsi tersebut mencakup fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah. Semua fungsi ini dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat, kelompok, dan para anggota kelompok itu sendiri.[6]

Bergabung dengan kelompok dapat menimbulkan rasa aman. Bahkan sebagian orang menjadikan kelompok sebagai pelindung dalam menjalankannya. Kelompok juga menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan psikologis seperti kebutuhan berkuasa, memiliki dukungan social, berafiliasi dan berprestasi.[7]

Sebagian individu bergabung dengan suatu kelompok untuk mengembangkan hobi, minat dan bakat. Banyak kelompok terbentuk berdasarkan hobi, minat, dan bakat yang sama.[8]

Kehidupan kelompok adalah sebuah naluri manusia sejak ia dilahirkan. Naluri ini yang mendorongnya untuk selalu menyatukan hidupnya dengan orang lain dalma kelompok. Naluri berkelompok itu juga yang mendorong manusia untuk menyatukan dirinya dengan kelompok

---

[5] Hermaini, *Psikologi Kelompok Integrasi Psikologi dan Islam*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada,2016), hlm.3
[6] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group , 2006), hlm.274
[7] Harmaini, *Psikologi Kelompok Integrasi Psikologi dan islam*,(Jakarta : Rajawali Pers, 2016), hlm.13
[8] Ibid, hlm.13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang lebih besar dalam kehidupan manusia lain di sekelilingnya bahkan mendorong manusia menyatu dengan alam fisiknya.[9]

Setiap individu pasti mempunyai hobi dan bakat masing-masing. Salah satu contoh hobi yang diminati oleh kalangan remaja zaman sekarang yakni hobi memodifikasi motor agar lebih menarik dan tentunya memenuhi standar yang telah ditentukan. Seperti halnya komunitas motor di Sidoarjo yakni komunitas Motor CBR. Komunitas ini terbentuk karena adanya hobi antara satu dengan lainnya. Komunitas ini termasuk salah satu komunikasi kelompok yang menarik untuk diteliti.

Melalui akun instagram komunitas ini memperkenalkan kepada masyarakat pengguna media sosial bahwa komunitas ini ada. Komunitas ini merupakan salah satu komunitas yang mempunyai followers (pengikut) cukup banyak dibanding komunitas lain yang ada di Sidoarjo.

Komunitas ini berkomitmen tidak akan ada perbuatan negatif seperti membawa miras, narkoba, sex bebas dan perbuatan negatif lainnya. Komunitas ini selalu menanamkan jiwa positif, seperti, rutin KOPDAR atau bisa disebut kumpul bareng sekedar sharing-sharing masalah motor, dan menjalin keakraban dan mengenal anggota satu sama lain.

Komunitas yang berdiri sejak tiga tahun yang lalu ini juga selalu peduli kepada masyarakat jika ada bencana alam. Contohnya kejadian bencana alam longsor di Ponorogo pada bulan april 2017 lalu, Mereka

[9] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group , 2006), hlm.43

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menunjukkan sikap mereka dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk membantu para korban bencana alam.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana proses komunikasi kelompok Motor CBR Sidoarjo Club dalam pembentukan citra di masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk memahami dan mendeskripsikan proses komunikasi dalam pembentukan citra di masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan atas fokus kajian dan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoretis

Secara teoretis penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi mengenai citra komunitas motor CBR Sidoarjo club dalam membangun sebuah citra di masyarakat. Selain itu juga dapat dijadikan landasan untuk memperkaya wawasan tentang komunikasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Secara Praktis

a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk refrensi ilmiah bagi anggota komunitas motor CBR dalam proses membangun citra kepada masyarakat.

b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi refrensi, masukan dan menambah wacana ilmu komunikasi.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti, penulis mencari refrensi hasil penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan pada fokus penelitian yang ingin diteliti. Adapun penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai refrensi :

1. Penelitian yang ditulis oleh Yuli Wulandari dengan judul komunikasi kelompok komunitas anak vespa sidoarjo "kanvas" dalam membina solidaritas kelompok. Metode penelitian yang digunakan kualitatif. Hasil temuan penelitian ini yakni komunitas anak vespa sidoarjo "kanvas" merupakan komunikasi kelompok kecil karena "kanvas" merupakan suatu kumpulan individu yang dapat mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, mengambil peranan terikat satu sama lain dan berkomunikasi tatap muka. Selain itu kekompakkan dan daya Tarik anggota kelompok satu sama lain dan keinginan mereka untuk bersatu. Tujuan dari penelitian ini yakni memahami dan mendiskripsikan bagaimana komunikasi internal anggota komunitas anak vespa sidoarjo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"kanvas" dalam membina solidaritas kelompok yang kedua mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana komunikasi kelompok komunitas anak vespa sidoarjo dalam membina solidaritas kelompok. Perbedaan penelitian Yuli Wulandari menggunakan komunitas vespa "kanvas" sebagai subjek penelitian dan juga meneliti tentang bagaimana membina kesolidaritasan kelompok. Sedangkan peneliti menggunakan komunitas komunitas motor CBR sidoarjo sebagai subjek penelitian selain itu peneliti juga meneliti tentang bangaimana membangun sebuah citra di masyarakat.

2. Penelitian yang ditulis oleh Fitri Rachmawati dengan judul komunikasi kelompok komunitas pecinta bulutangkis Surabaya. Metode yang digunakan yakni kualitatif. Hasil temuan penelitian ini yakni komunitas badminton lovers termasuk kedalam kelompok informal (informal group). Kelompok informal tidak berstatus resmi dan tidak di dukung oleh peraturan-peraturan anggaran dasar dan anggaran rumah tangga tertulis seperti pada kelompok formal dan yang kedua yakni kedekatan emosional diantara para anggotanya menimbulkan solidaritas diantaranya, rasa empati antara anggotanya ditunjukkan dengan saling membantu jika salah seorang memerlukan bantuan. Dan yang terakhir Komunitas Badminton Lovers Surabaya sebagai kelompok yang besar yang heterogen menyebabkan adanya gesekan-gesekan sesama anggota. Peyenbabnya adalah komunikasi yang mengalami kendala, missal kesalahpahaman dan lain-lain. Tujuan dari penelitian ini yakni Untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendeskripsikan proses komunikasi kelompok komunitas Badminton Lovers Surabaya. Perbedaan penelitian Fitri Rachmawati yakni Fitri Rachmawati menggunakan komunitas Pecinta Bulutangkis Surabaya sebagai subjek penelitian dan juga meneliti tentang bagaimana proses komunikasi kelompok komunitas badminton lovers Surabaya. Sedangkan peneliti menggunakan komunitas Motor CBR Sidoarjo sebagai subjek penelitian selain itu peneliti juga meneliti tentang bagaimana membangun sebuah citra di masyarakat.

F. Definisi Konsep

Penelitian ini membahas tentang komunikasi kelompok di komunitas motor CBR Sidoarjo. Untuk mempermudah dalam pembahasan perlu adanya definisi yang jelas untuk menghindari kesalah fahaman sehubungan dengan judul diatas, yakni :

1. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah interaksi tatap muka dari tiga individu atau lebih, yang sudah diketahui tujuan sebelumnya, seperti berbagai informasi, peliharaan diri, pemecahan masalah, yang anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota kelompok lainnya.[10]

[10] Yoyon Mudjiono, *Ilmu Komunikasi*, (Surabaya: Jaudar Press, 2014), hlm.76

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club

Komunitas adalah kelompok organisme (orang dan sebagainya) yang hidup dan saling berinteraksi di dalam daerah tertentu.[11]

Komunitas CBR sidoarjo terbentuk karena para anggotanya menyukai motor ini. Banyak kegiatan positif yang dilakukan oleh komunitas ini yakni seperti touring dan setiap sabtu selalu melakukan KOPDAR denga kata lain kumpul bersama untuk melakukan sharing-sharing mengenai motor dan sekedar membangun keakraban sesama anggota. Tidak hanya itu saja, setiap kali ada bencana, komunitas ini sangat antusias turun ke tempat kejadian untuk membantu sesama.

3. Citra Kelompok

Citra merupakan hal terpenting yang harus dimiliki oleh setiap individu, kelompok, organisasi ataupun perusahaan. Setiap individu, kelompok ataupun organisasi dapat membangun citranya agar dapat di pandang baik oleh orang lain ataupun masyarakat.[12] Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan untuk mengetahui citra sesorang terhadap obyek yang dapat diketahui dari sikap terhadap obyek tersebut.

[11] https://kbbi.web.id/komunitas (di akses tanggal 19 April 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Kerangka Pikir Penelitian

Setiap penelitian memerlukan kejelasan berpikir dalam memecahkan atau menyoroti masalahnya. Untuk itu, perlu disusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana masalah penelitian akan disoroti. Dalam penelitian ini, teori yang dianggap relevan adalah teori image restoration.

1. Teori Image Restoration (Memperbaiki Citra dan Reputasi)

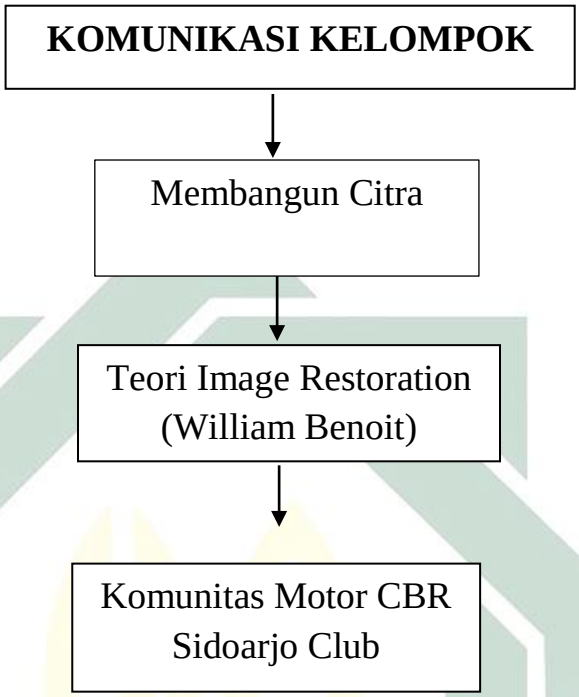
   William Benoit[13] yang dikenal sebaai penggagas Teori Image Restoration pada 1995. Teori ini membahas respon individu atau organisasi saat citra positif dan reputasinya terancam.

   Sehingga dapat digambarkan bahwa teori yang akan digunakan dalam penelitian sebagai berikut :

[13] Rachmat Kriyantono, *Teori-teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm.229

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian



Alur skematik diawali dengan komunikasi kelompok dimana yang menjadi titik pokok dari penelitian ini adalah membahas komunikasi kelompok. Selanjutnya di dalam komunikasi kelompok yang terjadi dalam komunikannya tidak luput dari komunikasi kelompok besar dan komunikasi kelompok kecil.

Kerangka penelitian diatas menggambarkan tentang alur berfikir penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dalam kerangka berpikir ini terlihat jelas bahwasannya yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini adalah Teori Image Restoration (memperbaiki citra dan reputasi).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Metode Penelitian

1. Penelitian ini menggunakan pendekatn kualitatif dan jenis penelitiannya adalah deskriptif kualitatif. Peneliti melakukan penelitian dengan terjun langsung ke lapangan, mendiskripsikan dan mengkonstruksi realitas yang ada serta melakukan pendekatan terhadap sumber informan
2. Sumber dan Obyek Penelitian

   a. Sumber Penelitian

   Sumber penelitian ini adalah ketua CBR, sekretaris CBR, Wakil Ketua Cbr , anggota aktif CBR yakni dua orang anggota baru dan dua anggota lama, yang memberikan informasi mengenai cara membangun citra di masyarakat.

   b. Obyek Penelitian

   Obyek yang menjadi kajian dalam penelitian ini adalah keilmuan komunikasi yakni komunikasi kelompok. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan penelitiannya pada komunikasi, yakni proses membangun citra di masyarakat.

   c. Lokasi Penelitian

   Lokasi penelitian ini di ambil di basecamp komunitas motor CBR Sidoarjo di Buduran Sidoarjo dan di tempat kopdar di Jl. Lingkar Barat Sidoarjo Depan Monumen Ponti Sidoarjo.

3. Jenis dan Sumber Data

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Jenis Data

Jenis data yang akan di gunakan dalam penelitian ini ada dua macam, yakni:

a. Data primer adalah data ya ng diperoleh langsung melalui wawancara atau pengamatan. Berperan serta merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya.[14]

b. Data Sekunder adalah data tambahan yang dapat mendukung proses kelancaran berjalannya penelitian, yakni berupa buku, jurnal dan refrensi lainnya.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Peristiwa dan aktivitas, yakni setiap aktivitas yang di lakukan ada kaitannya dengan komunikasi komunitas CBR Sidoarjo dalam proses membangun sebuah citra di masyarakat.

b. Adapun pemilihan informasi dipilih sesuai dengan kriteria tertentu sehingga data yang di dapatkan lebih mendalam dan sesuai dengan apa yang diinginkan peneliti. Informan yang dipakai dalam penelitian ini adalah anggota dari komunitas CBR terutama ketua komunitas CBR Sidoarjo ini.

[14] Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2012), hlm.157

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Tahap-tahap Penelitian

Untuk melakukan sebuah penelitian kualitatif , perlu memahami tahapan yang akan dilalui agar memperoleh hasil penelitian yang lebih sistematis.

a. Tahap Pralapangan

Tahapan ini merupakan tahapan persiapan sebelum penelitian dilakukan, yakni sebagai berikut :

1) Menyusun Rancangan Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan menentukan lokasi yang akan dijadikan tempat penelitian, mengumpulkan data-data terkait dengan komunitas dan menentukan informan untuk memberikan informasi lebih jelas.

2) Mengurus Perizinan

Setelah proposal penelitian di setujui, dilanjutkan dengan mengurus surat izin penelitian untuk melakukan wawancara dan menggali data-data yang diperlukan.

3) Menyiapkan Perlengkapan Penelitian

Dalam hal ini semua perlengkapan yang bersifat teknis maupun non teknis disiapkan secara detail dan sempurna, terutama pada saat wawancara dengan informan mulai tape recorder, dan peralatan alat tulis lainnya yang dibutuhkan oleh peneliti untu keberlangsungnya penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Tahap Lapangan

Pada tahap ini peneliti muali terjun langsung kelapangan untuk menemui para informan bertujuan untuk memperoleh data-data yang akurat tentang proses membangun citra di komunitas ini serta ikut dalam kegiatan komunitas motor CBR Sidoarjo club.

c. Tahap Penulisan Laporan

Pada tahap ini adalah yang terakhir, peneliti berusaha menuliskan setiap data yang di dapat dan menyusunnya menjadi sebuah tulisan penelitian yang utuh dan sistematis.

5. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti harus mengumpulkan data agar mendapatkan data yang benar dan valid. Pengumpulan data adalah prosedur terpenting dalam sebuah penelitian.

a. Observasi Langsung

Observasi ini berguna untuk penelitian yang telah direncanakan secara sistematik tentang komunikasi bagaimana cara membangun citra di masyarakat.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu di lakukan oleh du apihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(interview) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara yakni mengkonstruksi menegnai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain.[15]

c. Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan data berupa tulisan dan foto. Yakni mencatat cara pencitraan kepada masyarakat. Dan tak lupa memfoto kegiatan komunitas CBR Sidoarjo club.

6. Teknik Analisis Data

Hasil dari penelitian ini di analisa dengan menggunakan tiga alur yakni, reduksi data,display data, dan penarikan kesimpulan.

a. Reduksi Data

Identifiaksi satuan (unit). Pada mulanya diidentifikasikan adanya satuan yaitu bagian terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian.

b. Display Data

Peneliti menarik kesimpulan atas sekumpulan informasi yang diperoleh dan kemudian menyajikannya dalam bentuk teks dan diolah setengah jadi yang nantinya akan dimatangkab melalui data-data selanjutnya.

[15] Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2012), hlm.186

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Penarikan Kesimpulan

Peneliti menarik kesimpulan awal dari hasil sementara yang ada. Kemudian melakukan verifikasi atau pencocokan hasil kesimpulan awal dan dicocokkan dengan informan secara terus-menerus.

7. Teknik Keabsahan Data

Untuk membuktikan bahwasannya penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan dari segala segi maka diperlukan teknik keabsahan data. Kevalidan data yang diperoleh dalam penelitian ini akan diuji ulang melalui teknik triangulasi, yakni memadukan data yang diperoleh dengan sumber data yang lain. Serta dengan perpanjangan waktu penelitian, guna memperoleh data yang mendalam.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam pembahasan suatu penelitian serta mempermudah pembahasan lainnya. Maka langkah-langkah pembahasan dalam laporan ini yakni sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Meliputi : Latar belakang penelitian, Rumusan masalah penelitian, Manfaat penelitian, Kajian hasil penelitian terdahulu, Definisi konsep, Kerangka piker penelitian, Metode Penelitian, Sistematika Pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORETIS

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Meliputi : kajian pustaka (beberapa refrensi yang digunakan untuk objek kajian) dan kajian teori (teori yang digunakan untuk menganalisis masalah penelitian).

BAB III : PENYAJIAN DATA

Meliputi : Deskripsi subyek dan deskripsi data penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA

Meliputi : Temuan penelitian dan konfirmasi temuan dengan teori.

BAB V : PENUTUP

Meliputi : Kesimpulan dan rekomendasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

1. Citra

a. Pengertian Citra

Rosady Ruslan[16] Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau public relation.

Onong[17] Citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok kepentingan yang berbeda. Citra adalah cara dunia sekeliling kita memandang kita. Saat ini perusahaan atau organisasi dan orang - orang yang mengelolanya sangat sensitif menghadapi publik mereka yang kritis. Sehingga banyak perusahaan atau lembaga memahami sekali perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan atau organisasi, tidak hanya melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan publik yang negatif.

[16] Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 74

[17] Onong Uchjana Effendy, Hubungan Masyarakat, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1992), hlm. 164

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rosadi Ruslan[18]Penilaian atau tanggapan masyarakat dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga atau perusahaan atau produk barang dan jasa pelayanannya yang diwakili oleh pihak publik relaions. Biasanya landasan citra itu berakhir dari nilai-nilai kepercayaan yang konkritnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi, serta terjadinya proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut mengalami proses cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas dan abstrak, yaitu sering dinamakan citra (image)

b. Jenis Citra

Menurut Frank Jefkins[19] dalam buku Public Relations, ada beberapa jenis citra (image). Ada lima jenis citra, yakni : citra bayangan (*mirror image)*, citra yang berlaku (*current image*), citra yang diharapkan(*wish image)* , citra perusahaan *(corporate image)*, serta citra majemuk*(multiple image).*

a) Citra Bayangan

Citra ini melekat pada orang dalam anggota-anggota organisasi. Biasanya adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar

[18] Rosadi Ruslan, Manajemen Humas dan Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 74

[19] Frank Jefkins, *Public Relations Edisi Keempat,* (PT Gelora Aksara Pratama, 1995), hlm. 17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap organisasinya. Citra seringkali tidaklah tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar.

b) Citra yang Berlaku

Citra ini adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra yang berlaku tidak selamanya, bahkan jarang, sesuai dengan kenyataan karena semata-mata terbentuk dari pengalaman atau pengetahuan orang-orang luar yang bersangkutan yang biasanya tidak memadai.

c) Citra yang Diharapkan

Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan citra yang sebenarnya. Citra yang diharapkan lebih baik atau lebih menyenangkan daripada citra yang ada. Citra yang diharapkan biasanya dirumuskan dan diperjuangkan untuk menyambut sesuatu yang relative baru, yakni ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai mengenainya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya. Citra perusahaan ini terbentuk oleh orang banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan.

e) Citra Majemuk

Setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki banyak unit dan pegawai (anggota). Masing-masing unit dan individu tersebut memiliki perilaku tersendiri sehingga, secara sengaja atau tidak dan sadar atau tidak, mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan.

c. Komponen-komponen Pembentukan Citra

Tumewu, dkk[20] terdapat komponen-komponen yang harus dimiliki oleh seseorang yang ingin membentuk citra, antara lain.

a. Nilai

Nilai adalah prinsip yang dipakai dalam hidup, yang mempengaruhi cara berpikir, merasakan, berperilaku, dan mengambil keputusan. Nilai sebagai sesuatu yang tumbuh dan mengakar dalam diri seseorang dapat membentuk dan berperan besar dalam setiap keputusan atau perilaku yang dilakukan.

b. Kemampuan dan Keterampilan

[20] Tumewu, Becky dan Parengkuan, Erwin, *Personal Brand- Inc* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal.29

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kemampuan dan keterampilan dalam melakukan sesuatu harus dikomunikasikan secara efektif sehingga publik aware atas kemampuan yang dimiliki dan meningkatkan segala peluang positif terhadap perjalanan karir seseorang.

c. Perilaku

Terdapat perbedaan mengenai bagaiaman Anda memandang diri sendiri dan bagaimana orang lain memandang Anda. Individu menilai diri sendiri sebagai pola perilaku yang tidak tampak, sementara orang lain menilai diri individu yang tampak. Penilaian orang lain merupakan persepsi mengenai Anda yang ada dalam pikiran mereka. Oleh karena itu semakin menonjol tindakan Anda, maka semakin menonjol personal brand Anda.

d. Penampilan

Penampilan berkaitan dengan penampilan fisisk seperti fashion, accessories, tata rambut, dsb. Penampilan dapat mempengaruhi persepsi orang lain terhadap tingkat intelektual dan wawasan seseorang. Penampilan harus sesuai dengan image yang hendak dibangun pada masyarakat.

e. Keunikan

Keunikan dapat menjadi pembeda seseorang jika dibandingkan dengan orang lain. Jika keunikan dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin maka personal brand yang dimilki pun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

semakin diperhitungkan oleh orang lain. Orang lain akan semakin mudah mengingat seseorang dari sekian banyak orang yang memiliki keahlian sama melalui keunikannya.

f. Prestasi

Prestasi merupakan penghargaan dan pengakuan dari orang lain yang diterima sebagai hasil atau pencapaian dari usaha yang dilakukan. Prestasi bias menjadi nilai tambah bagi kredibilitas seseorang.

g. Kekuatan

Kekuatan merupakan kemampuan dan keunggulan seseorang dibandingkan orang lain dibidangnya. Kekuatan merpakan passion yang kuat yang dapat membentuk karakter seseorang.

h. Otentik

Otentik mengarah pada personal brand yang dibangun berdasarkan cerminan karakter asli, nilai-nilai, kekuatan, keunikan, dan keunggulan diri. Semakin seseorang memahami dirinya maka semaikn pula yakin terhadap apa yang telah dikerjakannya. Terhindar dari sikap keragu-raguan dan tidak tegas.

i. Tujuan

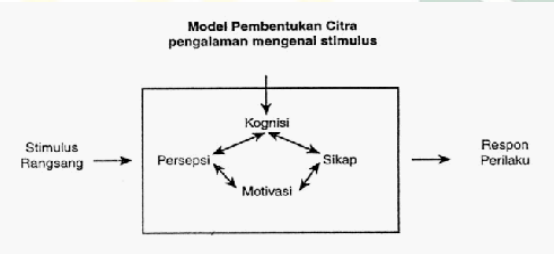
Tujuan memperkuat seseorang dalam mencapai apa yang dicita-citakan. Keberadaan tujuan membuat seseorang memiliki arah kemana, bagaimana, dan apa yang harus dan tidak sebaiknya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan. Merumuskan visi dan misi merupakan hal utama dalam sukses.

d. Proses Pembentukan Citra

Semua sikap bersumber pada organisasi kognitif, pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang di terima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara mengorganisasi citra tentang lingkungan.



Bagan 1.1
Model Pembentukan Citra Pengalaman Mengenai Stimulus[21]

Proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang di berikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi – kognisi – motivasi – sikap. Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar di organisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus (rangsang) yang diberikan kepada individu dapat diterima atau di tolak. Jika rangsangan

[21] Sholeh Soemirat dan Elvinaro, *Dasar-dasar Publik Relations*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2003) hal. 115-116

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditolak maka proses selanjutnya tidak akan berjalan, hal ini menunjukkan bahwa rangsang tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak ada perhatian dari individu tersebut. Sebaliknya, jika rangsang itu diterima oleh individu, berarti dapat perhatian dari organisme, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan.

Jika stimulus mendapat perhatian, individu akan berusaha untuk mengerti tentang rangsang tersebut. Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap hasil lingkungan yang di kaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang, berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang di berikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.

Kognisi yaitu suatu keyakinan dari diri individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehinga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.

Motivasi dan sikap yang ada akan menggerakkan respon seperti apa yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif adalah keadaan di dalam diri pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatankegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpresepsi, berfikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi dan nilai. Sikap bukan perilaku tetapi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menetukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan. Sikap mengandung aspek evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sikap ini juga dapat diperteguh atau dirubah.

Tumewu,dkk[22] pembentukan citra adalah suatu kesan yang berkaitan dengan nilai, perilaku maupun prestasi yang dibangun oleh seseorang baik secara sengaja maupun tidak sengaja dengan tujuan menampilkan karakter dirinya. Pembentukan citra tidak membutuhkan waktu yang sedikit karena berkaitan dengan kepercayaan sesorang. Dalam prosesnya dibutuhkan konsistensi dan persistensi menjadi satu kesatuan yang tak dapat dihindarkan. Persistensi berkaitan dengan kegigihan dan keuletan seseorang dalam menjalani berbagai proses termasuk dalam mengahadapi berbagai rintangan dan hambatan serta menetapkan beberapa alternatif solusi yang dapat digunakan. Adapun konsistensi terkait relevansi dari setiap kegiatan dan aktifitas yang dilakukan secara berulang-ulang. Oleh karena itu dalam pembentukan citra diperlukan upaya-upaya yang dilakukan secara berkelanjutan.

Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu. Citra dapat membuktikan dan menentukan sosok institusional suatu lembaga. Dengan mengetahui secara pasti bagaimana sikap masyarakat terhadap sebuah organisasi. Apakah mereka

[22] Tumewu, Becky dan Parengkuan, Erwin, Personal Brand- Inc(Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal.19.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memahami dengan baik, dan apa yang mereka sukai dan apa yang mereka tidak sukai tentang organisasi tersebut.

Seseorang yang memperoleh pengetahuan, maka dalam dirinya akan terbentuk 2 fase, yaitu :

1) Pembentukan Citra

Citra adalah gambaran seseorang tentang sesuatu pada lingkungan sekitarnya. Pertama kali seseorang memperoleh informasi tentang sesuatu maka dalam dirinya terjadi penggambaran tentang sesuatu tersebut, jika informasi yang datang positif maka terbentuklah citra positif pula. Begitu juga sebaliknya, jadi positif tidaknya citra tergantung pada positif tidaknya informasi.

2) Perubahan Citra

Andi Mappiare[23]Seseorang yang memperoleh dan mendapatkan citra tentang sesuatu kemudian datang informasi yang berbeda dengan gambaran semula, maka citra yang telah ada dalam dirinya dapat berubah.

Dengan mengetahui persepsi dari masyarakat, dapat memberikan informasi untuk mengevaluasi kebijaksanaan, memperbaiki kesalah pahaman, menentukan daya tarik pesan hubungan masyarakat, dan meningkatkan citra hubungan masyarakat dalam pikiran publik.

2. Komunikasi Kelompok

a. Pengertian Komunikasi Kelompok

[23] Andi Mappiare, Psikologi Komunikasi, (Surabaya; Usaha Nasional,1982) hal. 217

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

AW. Widjaja[24] Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat. Komunikasi dapat juga diartikan hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok.

Alo Liliweri[25] Kelompok adalah pengembangan struktur relasi internal di antara para anggota melalui pertukaran dan pengembangan nilai, norma,status, dan peranan yang struktur internalnya bisa formal maupun informal, bisa kaku sampai luwes, dan bisa statis sampai dinamis.

Jadi, komunikasi kelompok adalah suatu studi tentang segala sesuatu yang terjadi pada saat individu-individu berinteraksi dalam kelompok kecil, dan bukan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya komunikasi terjadi, serta bukan pula sejumlah nasehat tentang cara-cara bagaimana yang harus ditempuh.[26] Komunikasi kelompok biasanya digunakan untuk saling bertukar informasi, menambah pengetahuan, mengubah sikap dan perilaku, dan meningkatkan kesadaran antar pelaku komunikasi kelompok

Burhan Bungin[27], Komunikasi kelompok, memfokuskan pembahasannya kepada interaksi di antara orang-orang dalam

---

[24] AW. Widjaja, *komunikasi,(* Jakarta : Bina Aksara, 1986), hlm 1
[25] Alo Liliweri, *Sosiologi & Komunikasi organisasi*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group , 2006), hlm.19
[26] Goldberg, Alvin A, *komunikasi kelompok* , (Universitas Indonesia , 2006), hlm.25
[27] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group , 2006), hlm.32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelompok-kelompok kecil. Komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Bahasan teoritis meliputi dinamika kelompok, efisiensi dan efektivitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola dan bentuk interaksi, serta pembuatan keputusan.

Royan Prayudi [28]Pentingnya kelompok bagi kehidupan manusia bertumpu pada kenyataan bahwa manusia adalah mahluk sosial. Artinya, secara alamiah manusia tidak dapat hidup sendirian. Dari detik-detik kehidupannya, manusia sudah dalam kelompok, dia adalah anggota keluarga Dalam perjuangan hidupnya, guna memenuhi kebutuhan hidup, manusia tidak terlepas dari interaksinya dengan manusia lain di sekelilingnya. Sejak dilahirkan ke dunia sampai meninggal dunia, manusia selalu terlibat dalam interaksi, artinya tidak terlepas dari kelompok.

b. Perkembangan Kelompok

Ririn Puspita Tutisari[29]Dalam perkembangan kelompok ada 4 tahap perkembangan suatu kelompok, yakni:

1) Forming, adalah tahapan yang para anggota mulai menempatkan diri berhubungan secara interpersonal, mereka saling memperhatikan, bersahabat, dan mencoba melihat manfaat serta biaya menjadi anggota kelompok.

[28] Royan Prayudi, *Peran Klub Motor Dalam Pembentukan Perilaku Berkendara Yang Aman (Safety Riding)*,Universitas Sumatera Utara, hlm 4
[29] Ririn Puspita Tutisari, Komunikasi Dalam Komunikasi Kelompok,Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, Channel, Vol. 4, No. 1, April 2016, hlm 85

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Storming, tahap ini mulai banyak kegiatan dan pembentukan norma, konflik mulai terjadi karena masalah kepemimpinan, tujuan, norma atau perilaku interpersonal, namun konflik belum tentu terjadi manakala kelompok dapat bekerja efektif dan mampu mengatasi problem.
3) Norming, tahap ketiga ini anggota kelompok belajar bekerjasama, mengembangkan norma dan kekompakan. Kerjasama dan rasa tanggung jawab berkembang pada tahap ini.
4) Tahap terakhir adalah performing, tahap ini kerjasama yang efektif dalam menjalankan tugas. Dari tahap ini beberapa kelompok dapat terus berkembang, adapula yang kemudian mengalami kemunduran.

   Tahap perkembangan kelompok yang efektif menjadikan fungsi dari komunikasi antar anggota kelompok, membuat semua anggota dapat berargumen dan mengutarakan pendapat tentang pemecahan sebuah masalah. Sehingga dapat menentukan keputusan dengan tepat untuk menyelesaikan persoalan yang sedang dihadapi kelompok tersebut.

c. Pengaruh Kelompok Pada Perilaku Komunikasi

Ada tiga macam pengaruh kelompok, yakni:[30]

1) Konformitas

   Konformitas adalah perubaan perilaku atau kepercayaan menuju norma kelompok, baik secara real maupun hanya bayangan. Bila

[30] Asep Anshorie, Peranan Komunikasi Kelompok Dalam Menciptakan Keharmoniasan Antar Anggota Komunitas Pengajian Barokah Sekumpul Mushola Ar-Raydah Loa Bakung Samarinda, Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Mulawarman, eJournal Ilmu Komunikasi, Vol 3. No 4, 2015, hlm 367

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sejumlah orang dalam kelompok para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama.

2) Fasilitas Sosial

Yang dimaksud dengan fasilitas sosial adalah peningkatan prestasi individu karena di saksikan kelompok.

3) Polaritas

Yang terjadi dalam komunikasi kelompok adalah sebelum diskusi kelompok para anggota mempunyai sikap agak mendukung tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan lebih kuat lagi mendukung tindakan itu. Sebaliknya, nilai sebelum diskusi para anggota kelompok agak menentang tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan menantang lebih keras.

d. Unsur-Unsur Komunikasi Kelompok

Tommy Surya[31] mengutip Cartwright mengatakan bahwa ada beberapa unsur dari komunikasi kelompok antara lain.

1) Pelaku komunikasi dalam komunikasi kelompok

Pelaku komunikasi yaitu siapa yang berperan sebagai sumber atau dapat dikatakan pula sebagai penyampai pesan. Peranan sumber tersebut adalah siapa yang menyampaikan informasi kepada para anggota kelompok lain dan penyampai informasi apa saja yang dianggap penting bagi kelangsungan kelompok.

2) Pesan-pesan yang dipertukarkan dalam komunikasi kelompok

[31] Tommy Surya, Komunikasi Kelompok Komunitas Enlightened Ingress Surabaya dalam Program Fun Ingress,Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya,Jurnal E-Komunikasi , Vol 4. No. 1, 2016, hlm 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pesan adalah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat simbol verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, nilai , gagasan , atau maksud sumber tadi.

3) Interaksi yang terjadi di dalam proses komunikasi kelompok

Interaksi adalah suatu hubungan antara dua atau lebih individu manusia dimana perilaku individu yang satu mempengaruhi, mengubah atau memperbaiki kelakuan individu lain atau sebaliknya. Ketertarikan secara tidak langsung berpengaruh pada kohesi kelompok yaitu melalui interaksi. Pada anggota kelompok dengan tingkat kohesi yang tinggi, komunikasi antar anggotanya tinggi dan interaksinya berorientasi positif. Sedangkan antar anggota dalam kelompok kohesi rendah yang terjadi adalah sebaliknya, komunikasi antar anggotanya rendah dan interaksinya berorientasi negatif.

4) Kohesivitas yang terjadi di dalam proses komunikasi kelompok

Kohesi kelompok adalah bagaimana anggota kelompok saling menyukai dan saling mencintai satu sama lain. Tingkatan kohesivitas akan menunjukkan seberapa baik kekompakan dalam kelompok yang bersangkutan.

5) Norma kelompok yang diterapkan

Norma di dalam kelompok mengidentifikasikan anggota kelompok itu berperilaku. Penyesuaian anggota kelompok dengan norma

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut adalah bagian dari harga yang harus dibayar sebagai hasil dari diterima menjadi anggota kelompok tersebut.

e. Proses Komunikasi Kelompok

Proses komunikasi pada dasarnya sama dengan komunikasi pada umumya, komponen dasar yang digunakan dalam berkomunikasi adalah komunikan, komunikator (sender), pesan (message), media (channel) dan respon (efect). Akan tetapi dalam komunikasi kelompok proses komunikasi berlangsung secara tatap muka, dengan lebih mengintensifkan tentang komunikasi dengan individu antar individu dan individu dengan personal structural (formal). Ketika seluruh orang yang terlibat dalam komunitas atau kelompok tersebut berkomunikasi di luar forum, maka komunikasi yang terjalin antar individu berlangsung secara pribadi dan bahasa yang digunakan cenderung tidak formal. Akan tetapi jika individu tersebut bertemu dalam satu forum yang dihadiri anggota kelompok atau komunitas tersebut, maka komunikasi yang berlangsung akan cenderung menggunakan bahasa yang lebih formal. Nadia Ayu jayanti[32] Proses komunikasi kelompok dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Komunikator (Sender).

Komunikator merupakan orang yang mengirimkan pesan yang berisi ide, gagasan, opini dan lain-lain untuk disampaikan kepada seseorang (komunikan) dengan harapan dapat dipahami oleh orang

[32] Nadia Ayu Jayanti, *Komunikasi Kelompok "Social Climber" Pada Kelompok Pergaulan Townsquare (Sutos)*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya, Jurnal E-Komunikasi, Vol 3. No.2 , 2015, hlm 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang menerima pesan sesuai dengan yang dimaksudkannya.Anggota dan pengurus dalam suatu kelompok atau komunitas bisa menjadi komunikator ketika mereka melakukan proses komunikasi dalam proses tersebut.

b) Pesan (Message).

Pesan adalah informasi yang akan disampaikan atau diekspresikan oleh pengirim pesan. Pesan dapat verbal atau non verbal dan pesan akan efektif jika diorganisir secara baik dan jelas. Materi pesan yang disampaikan dapat berupa informasi, ajakan, rencana kerja, pertanyaan dan lain sebagainya. Pada tahap ini pengirim pesan membuat kode atau simbol sehingga pesannya dapat dipahami oleh orang lain. Tujuan menyampaikan pesan adalah untuk mengajak, membujuk, mengubah sikap, perilaku atau menunjukkan arah tertentu.

c) Media (Channel).

Media adalah alat untuk menyampaikan pesan seperti TV, radio, surat kabar, papan pengumuman, telepon dan media jejaring sosial. Media yang terdapat dalam komunikasi kelompok bermaca-macam, seperti rapat, seminar, pameran, diskusi panel, workshop dan lain-lain. Media dapat dipengaruhi oleh isi pesan yang disampaikan, jumlah penerima pesan, situasi dan vested of interest.

d) Mengartikan kode atau isyarat. Setelah pesan diterima melalui indra (telinga, mata dan seterusnya) maka si penerima pesan harus dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengartikan simbol atau kode dari pesan tersebut, sehingga dapat dimengerti atau dipahami. Komunikasi kelompok mempunyai suatu simbol, kode atau isyarat tersendiri yang menjadi ciri khas suatu kelompok yang hanya dimengerti oleh kelompok atau komunitas itu sendiri.

e) Komunikan.

Komunikan adalah orang yang menerima pesan yang dapat memahami pesan dari si pengirim meskipun dalam bentuk kode atau isyarat tanpa mengurangi arti atau pesan yang dimakasud oleh pengirim. Dalam komunikasi kelompok komunikan bertatap muka dan bertemu langsung dengan komunikatornya, sehingga seseorang bisa berkomunikasi secara langsung.

f) Respon.

Respon adalah isyarat atau tanggapan yang berisi kesan dari penerima pesan dalam bentuk verbal maupun non verbal. Tanpa respon seorang pengirim pesan tidak akan tahu dampak pesannya terhadap si penerima pesan. Hal ini penting bagi pengirim pesan untuk mengetahui apakah pesan sudah diterima dengan pemahaman yang benar dan tepat. Respon yang disampaikan oleh penerima pesan pada umumnya merupakan respon langsung yang mengandung pemahaman atas pesan tersebut dan sekaligus merupakan apakah pesan itu akan dilaksanakan atau tidak. Respon bermanfaat untuk memberikan informasi, saran yang dapat menjadi bahan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pertimbangan dan membantu untuk menumbuhkan kepercayaan serta keterbukaan diantara komunikan, serta dapat memperjelas persepsi. Dalam komunikasi kelompok respon atau tanggapan yang dihasilkan oleh anggota dan pengurus dalam komunitas tersebut berbeda-beda, usulan atau keputusan dalam komunikasi tersebut didukung, diperbaiki, dijelaskan, dirangkum, atau disetujui, maupun yang mengakibatkan tanggapan yang menyenangkan atau bahkan meragukan.

f. Karakteristik Komunikasi Kelompok

Burhan Bungin[33]Karakteristik komunikasi dalam kelompok ditentukan melalui dua hal, yaitu norma dan peran. Norma adah persetujuan atau perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berperilaku satu sama lainnya.

Sasa Djuarsa Sendjaja[34] norma oleh para sosiolog disebut juga dengan hukum (law) ataupun aturan (rule), yaitu perilaku-perilaku apa saja yang pantas dan tidak pantas dilakukan dalam suatu kelompok. Ada tiga kategori norma kelompok, yaiotu norma sosial, procedural, dan tugas. Norma sosial mengatur hubungan di antara para anggota kelompok. Sedangkan norma procedural menguraikan dengan lebih rinci bagaimana kelompok harus beroperasi, seperti bagaimana suatu kelompok harus membuat keputusan, apakah melalui suara mayoritas ataukah dilakukan pembicaraan sampai tercapai kesepakatan. Dari

[33] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 273
[34] Sasa Djuarsa Sendjaja,*Teori Komunikasi*, (Jakarta: UT, 1993), hlm. 93

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

norma tugas memusatkan perhatian bagaimana suatu pekerjaan harus di lakukan.

Burhan Bungin[35] peran adalah aspek dinamis dari kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan suatu peran. Peran dibagi menjadi tiga, yakni perna aktif , peran partisipatif, dan peran pasif. Peran aktif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya di dalam kelompok sebagaio aktivis kelompok, seperti pengurus, pejabat, dan sebagainya. Peran partisipatif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok pada umumnya kepada kelompoknya, partisipasi anggota macam ini akan memberi sumbangan yang sangat berguna bagi kelompok itu sendiri. Sedangkan peran pasif adalah sumbangan anggota kelompok yang bersifat pasif, di mana anggota kelompok menahan diri agar memberi kesempatan kepada fungsi-fungsi lain dalam kelompok karena adanya peran-peran yang kontradiktif.

g. Fungsi Komunikasi Kelompok

Menurut S Djuarsa Sendjaja sebagaimana yang dikutip Rosmawanty HP[36] ada 5 fungsi komunikasi kelompok, yakni :

a) Fungsi Sosial

Untuk memelihara dan menetapkan hubungan sosial diantara para anggota kelompok.Suatu kelompok mampu memelihara dan menetapkan hubungan sosial diantara para anggota seperti

[35] Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 274
[36] Rosmawanty HP, *Mengenal Ilmu Komunikasi* (Widya Padjajaran, 2010)hlm.87

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktivitas yang informal, santai, dan menghibur.

b) Fungsi Pendidikan

Untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan semua anggota kelompok, baik pengetahuan yang bersifat umum maupun khusus, maupun pengetahuan yang berkaitan dengan kepentingan kelompok maupun anggotanya.

Melalui fungsi pendidikan ini, kebutuhan-kebutuhan bagi anggota kelompok, kelompok itu sendiri bahkan kebutuhan masyarakat dapat dipenuhi. Namun demikian, fungsi pendidikan dalam kelompok akan sesuai dengan yang diharapkan atau tidak, bergantung pada tiga factor yaitu informasi baru yang dikontribusikan, jumlah partisipan dalam kelompok serta frekuensi interaksi diantara para anggota kelompok. Fungsi pendidikan ini akan sangat efektif jika setiap anggota kelompok membawa pengetahuan yang berguna bagi kelompoknya. Tanpa pengetahuan baru yang disumbangkan masing-masing anggota, mustahil fungsi edukasi ini akan tercapai.

c) Fungsi Persuasif

Sebagai upaya untuk mempersuasi atau mempengaruhi maupun mengendalikan anggota kelompok. Seorang anggota kelompok akan berupaya mempersuasikan anggota lainnya supaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Seseorang yang terlibat dalam usah-usaha persuasif tersebut akan bertentangan dengan nilai-nilai yang berlaku dalam kelompok, maka justru orang yang berusaha mempersuasi tersebut akan menciptakan suatu konflik, dengan demikian malah membahayakan kedudukannya dalam kelompok.

d) Fungsi Pemecahan Masalah atau Pembuatan Keputrusan (Problem Solving)

Mencari alternatif bagi pemecahan masalah kelompok. Mulai dari penemuan alternatif atau solusi, pembuatan keputusan sampai pada penerapan solusi tersebut. Pemecahan masalah (Problem Solving) berkaitan dengan penemuan alternatif atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya, sedangkan pembuat keputusan (*decision making*) berhubungan dengan pemeliharaan antara dua atau lebih solusi. Jadi, pemecahan masalah menghasilkan materi atau bahan untuk membuat keputusan.

e) Fungsi Terapi

Fungsi ini hanya apa pada kelompok tertentu saja yang memang memiliki tujuan untuk membantu menterapi para anggota kelompok agar mencapai perubahan personal sebagaimana yang diinginkan.

Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelompok terapi adalah membantu setiap individu mencapai perubahan personalnya. Tentunya individu tersebut harus berinterkasi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya sendiri, bukan membantu kelompok mencapai consensus. Contoh dari kelompok terapi ini adalah kelompok konsultasi perkawinan, kelompok penderita narkotika, dan lain sebagainya.

h. Komunitas

Frazier Moore[37] komunitas adalah sekelompok orang yang hidup di tempat yang sama, berpemerintahan sama dan mempunyai kebudayaan dan sejarah yang umumnya turun-temurun. Orang-orang yang hidup dalam komunitas dengan lembaga-lembaganya membuat mereka saling bergantung satu dengan lainnya. Mereka tidak dapat menikmati kehidupan yang baik tanpa lembaga-lembaga tersebut. Begitu pula lembaga itu hanya dapat hidup dengan ijin dan dukungan mereka.

Crow dan Allan[38] Komunitas dapat terbagi menjadi 3 komponen antara lain:

1) Berdasarkan Lokasi atau Tempat Wilayah atau tempat sebuah komunitas dapat dilihat sebagai tempat dimana sekumpulan orang mempunyai sesuatu yang sama secara geografis.
2) Berdasarkan minat: Sekelompok orang yang mendirikan suatu komunitas karena mempunyai ketertarikan dan minat yang sama,

[37] Frazier Moore, *Hubungan Masyarakat*, (Remadja Karya CV, 1987), hlm 17
[38] Temuan oleh Crow dan Allan yang dikutip dalam Wikipedia, Komunitas (www.wikipedia/komunitas.com, diakses 25 Maret 2018)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

misalnya agama, pekerjaan, suku, ras, maupun berdasarkan kelainan seksual.

3) Berdasarkan Komuni-komuni (kelompok yang hidup bersama) dapat berarti ide dasar yang dapat mendukung komunitas itu sendiri.

Jim Ife dan Frank Tesoriero[39] komunitas atau kata lain dari masyarakat yang terorganisir dimengerti sebagai suatu bentuk organisasi sosial dengan lima ciri antara lain:

1) Skala Manusia

Pada dasarnya komunitas itu selalu berinteraksi satu sama lainnya. Dalam interaksi tersebut, terdapat skala yang melibatkan individu untuk mudah mengendalikannya dan

menggunakannya. Jadi yang dimaksud skala manusia adalah skala dalam berinteraksi dengan individu lain hanya terbatas pada orang yang dikenal saja atau berkenalan dengan orang lain bila diperlukan.

2) Identitas dan Kepemilikan

Dalam suatu kelompok identitas diri menjadi sangat penting untuk memberi tahu kepada semua orang yang ada disekelilingnya. Bahwa ia adalah bagian dari komunitas tersebut yang juga mempunyai rasa memiliki.

3) Kewajiban-kewajiban

[39] Jim Ife dan Frank Tesoriero, Community Development: *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi*. Terjemahan Sastrawan Manullang, Nurul Yakin dan M. Nursyahid, hal. 191.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam suatu komunitas tidak menutup kemungkinan bahwa setiap anggotanya juga harus memenuhi kewajiban-kewajibannya sebagai anggota komunitas. Kewajiban yang harus dilakukan berdasarkan kesepakatan setiap komunitas. Oleh karena itu, setiap individu dituntut untuk berperan aktif dalam komunitas tersebut.

4) Gemeinschaft (paguyuban)

Paguyuban adalah bentuk kehidupan bersama dimana anggota-anggotanya diikat oleh hubungan batin yang murni dan bersifat alamiah serta bersifat kekal.

5) Kebudayaan

Setiap komunitas pasti akan memiliki kebudayaannya masing-masing. Kebudayaan ini merupakan identitas yang menjadikan komunitas itu memiliki ciri yang berbeda dengan komunitas lain.

Rakhmad Firmansyah[40] mengutip luhlima 2008(14)Suatu komunitas mengandung tiga karakteristik natara lain :

- Para anggota suatu komunitas berbagi identitas, nilai-nilai dan pengertian-pengertian
- Mereka yang di dalam komunitas memiliki berbagai sisi dan hubungan langsung, interaksi terjadi bukan secara terisolasi melainkan, melalui hubungan-hubungan tatap muka dan dalam berbagai keadaan atau tata cara.

[40] Rakhmad Firmansyah, *Gaya Hidup Komunitas Motor Jupiter di Surabaya*, Jurusan Sosiologi, Universitas Negeri Surabaya,Vol 2. No.1 , 2014, hlm 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Komunitas menunjukkan suatu resiprositas yang mengekspresikan derajat tertentu kepentingan jangka panjang dan mungkin bahkan altruism (mementingkan orang lain) kepentingan jangka panjang di dorong oleh pengetahuan dengan siapa seseorang berinteraksi, dan altuarisme dapat dipahami sebagai suatu rasa kewajiban dan tanggung jawab.

i. Klub Motor

Klub motor adalah suatu wadah yang dapat menampung aspirasi serta keinginan para amggotanya berdasarkan musyawarah dan mufakat serta kesepakatan pada waktu awal pembentukan oleh para founder (pendiri)nya dan dapat dilakukan dengan cara berkumpul untuk melakukan kegiatan dengan maksud dan tujuan tertentu yang mempunyai struktur organisasi yang jelas dan mempunyai aturan-aturan. Pada dasarnya suatu club itu akan hadir dari suatu hobi atau ketertarikan yang sama. Misalnya satu merk motor dari satu pabrikan, kesenangan dalam meodifikasi dan kegiatan touring bersama.[41]

Dinda Novia Candraningtyas[42] Klub motor identik dengan sesuatu hal yang maskulin (kelelakian), seperti kegarangan, kebranian, dan lain-lain. Hal itu terlihat dari logo yang dibuat oleh komunitas dan club tersebut, cara berjabat tangan, atribut yang digunakan, pakaian yang dikenakan, dan lain-lain.

[41] repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/1407/5/138600270_file5.pdf (di akses 25 Maret 2018)
[42] Dinda Novia Candraningtyas, *Ekspresi Identitas Komunitas Motor Freedom Bikers Indonesia Surabaya,* , Universitas dr Soetomo Surabaya, , Vol 16. No.2 , 2017, hlm 248

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

j. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Komunitas

Maulana Nuski Yuwafi mengutip Isbandi (2008)[43] faktor yang mempengaruhi terbentuknya komunitas. Komunitas dibentuk berdasarkan empat faktor antara lain:

a) Keinginan untuk berbagi dan berkomunikasi antar anggota sesuai dengan kesamaan minat
b) *Basecamp* atau wilayah tempat dimana mereka biasa berkumpul
c) Berdasarkan kebiasaan dari antar anggota yang selalu hadir
d) Adanya orang yang mengambil keputusan atau menentukan segala sesuatunya.

Maulana Nuski Yuwafi mengutip Rukminto (2007)[44], 3 unsur utama antara lain:

a) Ruang Lingkup

ruang lingkup merupakan dasar yang mengidentifikasikan sebuah komunitas.

b) Anggota

Jika sebuah komunitas memiliki anggota yang kuat maka dapat membantu meningkatkan interaksi dan hubungan yang didasari oleh saling menghormati dan kepercayaan.

[43] Maulana Nuski Yuwafi, *Fungsi Sosial Pada Komunitas Sepeda Motor* di Surakarta,Universitas Muhammadiyah Surakarta, hlm 3-4
[44] Ibid, hlm 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Praktis

Merupakan sekumpulan kerangka, ide,alat , informasi, gaya, bahasa,sejarah,dan dokumen yang dibagi oleh sesama anggota komunitas.

B. Kajian Teori

1. Teori Image Restoration (Memperbaiki Citra dan Reputasi)

Penelitian ini menggunakan teori image restoration (TIR). Teori Image Restoration dicetuskan oleh William Benoit[45]. Teori image restoration membahas respons individu atau organisasi saat citra positif dan reputasinya terancam. Teori ini terkait upaya organisasi untuk mengatasi ancaman yang dapat membuat citra di mata public negatif dan menjatuhkan reputasinya. Salah satu situasi penting yang menjadi focus TIR adalah saat organisasi menghadapi krisis yang mengandung persepsi yang mengancam reputasi, seperti ada upaya tuntutan hokum terhadap organisasi.

Inti bahasan dari TIR ini yaitu menyajikan seperangkat strategi merestorasi citra, sebagai bagian strategi mengatasi krisis (*crisis response*). Teori ini tidak fokus pada deskripsi tahapan perkembangan krisis, tetapi fokus pada pilihan-pilihan pesan komunikasi untuk memperbaiki citra. Strategi mengatasi krisis yaitu entry-point bagi berhasilnya menjaga citra dan reputasi, atau sebaliknya, gagal, membuat citra negatif, dan reputasi hancur.

[45] Rachmat Kriyantono, *Teori-teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal Aplikasi Penelitian dan Praktik*, (Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri, 2014), hlm. 229

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Asumsi Dasar Teori[46]

Teori image restoration juga disebut teori image repair, karena membahas upaya memperbaiki atau merestorasi citra dan reputasi yang buruk. TIR merupakan pengembangan dari teori apologi, dengan mengintegrasikan konsep apologia (Coombs, 2010;Benoit, 2005), sama seperti apologia dan teori SCC, Benoit membagun teori ini berdasarkan pendekatan retorika (Benoit, 2002;Coombs, 2010;Robert, 2006). Pendekatan retorika dipandang sebagai penggunaan strategi simbolis untuk menjaga dan merestorasi reputasi dan memengaruhi persepsi *stakeholder* terhadap krisis dan organisasi itu sendiri.

TIR menawarkan lima strategi (tipologi) komunikasi merestorasi citra yang dibangun berdasarkan pendekatan retorika (Benoit, 2005;Blaney, dkk.,2002)[47], yaitu:

a) Starategi Menyangkal (*denial*)

Melalui strategi ini, organisasi menyangkal telah melakukan kesalahan dan menyatakan bahwa organisasi tidak terlibat sebagai penyebab krisis. Strategi ini terbagi dalam dua jenis: menyangkal secara sederhana (*simple denial*), seperti “kami tidak melakukannya”; dan menyangkal dengan menyalahkan pihak lain atau mencari kambing hitam (*shifting blame/scape-goating*)

[46] Ibid, hlm 229
[47] Ibid, hlm 230

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Strategi Menghindari Tanggung Jawab *(evasion of responsibility)*

Melalui strategi ini, organisasi berupaya membatasi tanggung jawabnya pada krisis. Cara yang biasa dilakukan dalam strategi ini yakni :

- Provokasi

  Yaitu merespons tindakan pihak lain
- Menyatakan bahwa krisis terjadi disebabkan kekurangan informasi atau ketidakmampuan organisasi mengontrol situasi.
- Maksud baik (*good intention*)

  Menyatakan bahwa organisasi telah berupaya mengatasi dengan baik tetapi hasilnya mungkin dirasakan kurang maksimal oleh pihak lain.
- Krisis ini disebabkan oleh kecelakaan. Asumsinya, kecelakaan yaitu peristiwa yang tidak direncanakan dan tidak diharapkan, organisasi juga ikut dirugikan, bahkan bisa dikonstruksi sebagai musibah. Diharapkan asumsi ini dapat mengurangi pertanggungjawaban organisasi.

c) Strategi Mengurangi Serangan (*reducing the offensiveness*)

Secara umum, organisasi tidak menyangkal melakukan tindakan yang menyebabkan krisis atau setidaknya mengakui jika krisis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terkait dengan aktivitas organisasi. Beberapa cara yang dilakukan organisasi dalam strategi ini yakni :

- Bolstering

  Mengingatkan publik bahwa organisasi terdiri dari orang-orang yang berkualitas dalam pekerjaan sehari-hari, sehingga kecil kemungkinan menyebabkan krisis

- Minimalisasi

  Yaitu meminimalkan serangan dari pihak lain dengan mengatakan bahwa krisis hanya berdampak kerusakan kecil, dampak krisis bukanlah sebesar yang dipikirkan orang.

- Strategi Pembedaan (*differentiation*)

  Yaitu membandingkan kejadian pada saat krisis dengan kejadian yang sama tetapi skala dan akibatnya jauh lebih besar.

- Transenden

  Menempatkan perilaku pada konteks yang berbeda yang lebih menguntungkan, yaitu menempatkan peristiwa krisis sebagai bagian dari konteks yang lebih besar yang membuat nilai-nilai yang lebih penting muncul dalam situasi ini.

- Menyerang Pihak Lain

  Yaitu menantang pihak lain yang menyatakan bahwa peristiwa yang terjadi merupakan krisis untuk memberikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bukti kuat. Tujuannya untuk menguji kredibilitas pihak yang berseberangan dengan organisasi.

- Pemberian Kompensasi Uang atau Barang

d) Tindakan Korektif (*corrective action*)

Melalui strategi ini, organisasi berupaya memperbaiki kerusakan dan berjanji untuk mencegah pengulangan krisis. Pada konteks ini, organisasi dimungkinkan melakukan tindakan tertentu tanpa mengakui pihaknya bersalah atau tidak.

e) Menanggung Akibat Krisis (*mortification*)

Organisasi menyatakan kesediaan bertanggung jawab terhadap akibat krisis dan menyampaikan penyesalan serta permohonan maaf.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PAPARAN DATA PENELITIAN

A. Deskripsi Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian

1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian atau informan untuk orang-orang yang sedang diteliti. Subyek penelitian ini adalah pengurus dan anggota komunitas motor CBR Sidoarjo Club yang dianggap mampu untuk memberikan informasi yang dibutuhkan.

a) Pertimbangan Pemilihan Informan

Infroman dalam penelitian ini merupakan orang-orang yang mempunyai motor CBR sehingga membentuk sebuah komunitas yakni komunitas Motor CBR Sidoarjo Club. Informan adalah beberapa pengurus inti dan anggota aktif lama dan baru komunitas Motor CBR Sidoarjo Club. Informan tersebut dipilih dengan pertimbangan sebagai berikut :

1) Pengurus inti, dengan pertimbangan bahwa pengurus yang mengorganisisr anggota-anggotanya untuk membangun sebuah citra di masyarakat agar komunitas motor CBR Sidoarjo Club dianggap baik oleh masyarakat. Pengurus juga yang menjaga kekompakan kelompok yang dipimpinnya agar tidak terpecah belah dan ketika ada konflik bisa diselesaikan secara bersama-sama.

2) Anggota aktif lama dan baru komunitas motor CBR Sidoarjo Club, dengan pertimbangan bahwa mereka adalah peserta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi yang mempunyai tujuan yang sama dengan berbagai latar belakang yang mempunya pemikiran yang berbeda-beda.

b) Kriteria Informan

Dalam penelitian ini individu yang dijadikan informan yaitu anggota Kelompok Motor CBR Sidoarjo Club.

a) Pengurus Komunitas CBR Sidparjo Club, yakni ketua, wakil ketua, sekretaris, humas serta beberapa anggota aktif yang bergabung di komunitas motor CBR Sidoarjo Club.
b) Berjenis kelamin laki-laki
c) Berusia sekitar 20-33 tahun

a. Data Informan

1) Nama : Biyan Dwi Putra Utama
   Pekerjaan : Guru Musik di Sekolah Anugerah School
   Status Informan : Ketua Komunitas "motor CBR Sidoarjo Club"

   Peneliti memilih sebagai informan karena dia merupakan ketua dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club, sehingga dia merupakan kunci sumber informasi mengenai semua kegiatan komunitas motor CBR Sidoarjo Club. Dia juga selalu aktif dalam segala kegiatan, sehingga dia mengerti dan memahami perkembangan yang ada di komunitas motor CBR Sidoarjo Club.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Nama : Adi Prasetiawan

Pekerjaan : Wiraswasta

Status Informan : Wakil Ketua "Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club"

3) Nama : Muhammad Yani

Pekerjaan : Pegawai Swasta

Status Informan :Sekretaris "Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club"

Peneliti memilih sebagai informan sebab dia ,merupakan sekretaris komunitas motor CBR Sidoarjo Club, sehingga dia mengetahui dan kunci semua sumber informasi mengenai semua kegiatan yang ada di komunitas motor CBR Sidoarjo Club yang selalu membantu ketua.

4) Nama : Muhaimin

Pekerjaan : Pegawai Swasta

Status Informan : Humas

5) Nama : Rendy Winda Apriyanto

Pekerjaan : Pegawai Swasta

Status Informan :Anggota Aktif komunitas motor CBR Sidoarjo Club. (anggota lama)

6) Nama : Zainal Abidin

Pekerjaan : Wiraswasta

Status Informan : Anggota aktif komunitas motor CBR Sidoarjo Club. (anggota lama)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7) Nama : Ahmad Lukman

Pekerjaan : Wiraswasta

Status Informan : Anggota aktif komunitas motor CBR Sidoarjo Club. (anggota baru)

8) Nama : Mochamad Dicky Ramdhani

Pekerjaan : PHL Polresta Sidoarjo

Status Informan : Anggota aktif komunitas motor CBR Sidoarjo Club. (anggota baru)

9) Nama : Nurul Londo Arifin

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Status Informan : Anggota aktif komunitas motor CBR Sidoarjo Club. (anggota lama)

10) Nama : Ulum

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Status Informan : Anggota aktif komunitas motor CBR Sidoarjo Club. (anggota lama)

11) Nama : Rony

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Status Informan : Anggota aktif komunitas motor CBR Sidoarjo Club. (anggota lama)

2. Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah Komunikasi Kelompok Motor CBR Sidoarjo Club dalam Pembentukan Citra di Mayarakat .Komunikasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan salah satu aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari , didalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi.[48]

3. Lokasi Penelitian

Dalam lokasi penelitian yang dijadikan tempat berkumpulnya komunitas motor CBR Sidoarjo Club adalah di Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo dan di Jl. Lingkar Barat Sidoarjo Depan Monumen Ponti Sidoarjo.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Profil Komunitas

1) Sejarah Singkat

Dalam data penelitian, peneliti akan mencantumkan profil dari komunitas sebagai bahan perlengkapan data. Berikut adalah penjelasan tentang profil dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club.

Komunitas motor CBR Sidoarjo Club merupakan suatu kelompok atau dapat disebut sebagai komunitas motor berjenis motor sport. CBR150R, CBR250RR, adalah dua dari sekian banyak *lineup* CBR milik Honda Motor. Semua motor yang ada dalam keluarga CBR bergenre sport, dengan *fairing,* dan posisi duduk agak membungkuk.

[48] Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta : Bumi Aksara, 2005, hlm 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

CBR adalah seri andalah Honda di kelas motor *sport*. Kendaraan ini dirancang sebagai motor *full fairing* yang menggendong mesin 4 tak dan kental dengan aroma balap berperforma tinggi dan punya desain agresif. Awal mula sejarah seri CBR ada di tahun 1983. Sebagaimana disadur dari laman *We Love Honda,* Pada saat itu, Honda meluncurkan motor *sport* bernama CBR400F3. Motor ini hanya diluncurkan untuk pasar Jepang. Inilah model pertama dari seri CBR. Motor ini tidak terlalu terdengar gaungnya. Pun dengan CBR250 yang diluncurkan tiga tahun setelahnya. Tapi hal ini bukan karena kalah bersaing dengan merek lain, melainkan oleh model buatan Honda sendiri. Saat itu, CBR250 kalah pamor dengan NSR250, yang punya mesin dua tak yang dianggap lebih liar dan agresif. Motor CBR mulai masuk ke jajaran `elit` pada 1987, saat Honda meluncurkan CBR600F Hurricane. Bagaimana tidak, saat itu mereka menang mutlak di ajang balap AMA (American Motorcyclist Association) Supersport Championspip 600. Model inipun tak hanya dijual di Jepang, tapi merupakan produk global. Di tahun yang sama, karena mulai melihat adanya angin segar bagi CBR, Honda berturut-turut meluncurkan CBR1000F dan CBR250R. *Milestone* lainnya terjadi pada 1992. Saat itu, Honda meluncurkan CBR900RR Fireblade, yang ukurannya mipir dengan CBR600F. Salah satu keunggulan motor ini adalah mudah dikontrol meski punya performa tinggi. Honda menamai ini sebagai `Total Control`. Pada 1997, Honda

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

meluncurkan kembali CBR baru. Kali ini dinamakan CBR1100XX, dan punya julukan Blackbird. Motor ini sempat memegang rekor sebagai motor produksi massal tercepat. Motor ini mampu melaju hingga 287,3 km/jam. Honda CBR series kemudian masuk ke pasar Asia Tenggara pada tahun 200an. Pada 2002, mereka meluncurkan CBR150R. Saat itu, pasar Asia Tenggara mulai `terbuka` dengan motor *sport*. Motor ini pun sukses karena dianggap cocok bagi para penglaju. Teknologi injeksi atau PGM-FI kemudian ditanamkan pada CBR150R pada 2010. Ini membuat konsumsi bahan bakar lebih irit. Sayangnya, motor ini, bersama dengan CBR250R, kurang sukses karena desainnya disebut lebih mirip dengan VFR series ketimbang CBR. Atas dasar itu, pada 2014 Honda melakukan penyegaran kembali. Terakhir, pada Februari 2016 lalu, PT Astra Honda Motor (AHM), Agen Pemegang Merek (APM) motor Honda di Indonesia, kembali meluncurkan all new CBR150R di Sirkuit Sentul, Jawa Barat. Motor ini disebut-sebut sebagai generasi terakhir dari CBR series.[49]

Komunitas CBR Sidoarjo Club berdiri pada tanggal 1 oktober 2014. Awal-awal berdiri , komunitas ini mempunyai 10 hingga 15 orang anggota. Pada tahun 2015 hingga 2018 , total anggota komunitas CBR Sidoarjo Club yakni 74 orang.

Komunitas CBR ini adalah anggotanya yang mempunyai sepeda motor CBR sebagai kendaraan yang mereka kendarai.

[49] http://otomotif.liputan6.com/read/2540612/sejarah-lahirnya-cbr-motor-sport-andalan-honda,tanggal 22 Februari 2018, pukul 18:00

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pendiri komunitas ini yakni bernama Dwi Putra. Pendiri orang tersebut merupakan paling tua atau bisa disebut sesepuh di komunitas CBR Sidoarjo Club.

Latar belakang terbentuknya komunitas CBR Sidoarjo Club adalah mengumpulkan orang-orang, baik itu remaja, tua untuk bergabung di komunitas CBR ini. Tujuannya yakni untuk saling mengenal dan saling sharing sesama mempunyai motor CBR.

Jika membahas tentang sebuah klub, komunitas atau kelompok motor, tentu yang terpikir adalah tindakan-tindakan brutal dan tidak mengenal aturan. Kemudian tidak hanya itu, para anggota klub motor ini juga dianggap sebagai biang kerusuhan di jalan raya.

Meskipun komunitas CBR Sidoarjo Club sering menerima tudingan masyarakat bahwa komunitas motor itu negatif dikalangan masyarakat, tetapi mereka mencoba meyakinkan dan membangun sebuah pencitraan terhadap masyarakat bahwa komunitas CBR Sidoarjo Club merupakan komunitas yang baik dan tidak merugikan masyarakat.

Komunitas ini merupakan komunitas yang taat sekali dengan peraturan. Setiap kali ada anggota baru masuk, komunitas ini selalu memberikan penjelasan bahwa komunitas ini juga mempunyai aturan yang wajib di taati dan wajib menyerahkan fotocopy STNK SIM dan KTP untuk data di Polres Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seperti , tidak mengganti knalpot standart menjadi knalpot broong karena knalpot broong bisa meresahkan masyarakat, yang kedua wajib taat dan santun dijalan, taat berlalu lintas dan jangan sampai melanggar ketentuan berlalu lintas.

Komunitas motor CBR Sidoarjo Club melakukan kegiatan KOPDAR atau bisa disebut kumpul bareng setiap satu minggu sekali yakni pada hari sabtu yang bertempat di Ponti Gor Sidoarjo. Komunitas motor CBR Sidoarjo Club juga sering mengadakan kegiatan touring, banyak kota yang dijelajahi oleh komunitas ini. Kegiatan itu dilaksanakan untuk menjalin rasa erat persaudaraan antara anggota satu dengan anggota lainnya.

Kegiatan KOPDAR atau kumpul bareng yakni bertujuan untuk saling mengenal antara anggota satu dengan yang lainnya. Tidak hanya itu saja, dalam acara KOPDAR yang diadakan seminggu sekali ini juga membahas tentang pentingnya berkendara, pentingnya mempunyai motor yang baik dalam artian motor baik yakni adanya spion standart, knalpot yang sesuai dan lain sebagainya.

Selain kegiatan KOPDAR atau kumpul bareng , ada juga kegiatan touring. Di komunitas motor CBR Sidoarjo Club ada dua touring yakni, tourjib (Touring Wajib), dan touring tiap bulan. Tourjib ini dilaksanakan setiap 6 bulan sekali, dan semua anggota wajib mengikuti Tourjib (Touring Wajib) ini. Rute Tourjib (

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Touring Wajib) ini hanya jarak dekat saja, seperti contoh tujuaan , Malang, Trenggalek dan Madura. Berbeda dengan touring yang dilaksanakan satu bulan sekali. Touring yang dilakukan satu bulan sekali ini mengambil rute jarak jauh, seperti Bali dan lain sebaginya.

Komunitas ini tidak hanya touring dan Kopdar saja, melainkan mereka juga melakukan silaturahmi kepada sesama anggota, yakni kerumah anggota satu persatu. Kegiatan ini juga dilakukan setiap satu bulan sekali dan jatuh pada hari minggu. Tujuan silaturahmi antar anggota ini yakni untuk saling mengenal antara keluarga dengan anggota komunitas motor CBR Siodarjo Club.

Di Indonesia banyak berbagai kumupulan motor, yang di ketahui kumpulan motor di Indonesia adalah geng motor, klub motor dan komunitas motor. Dari berbagai kumpulan motor ada pengertian bebrapa kumpulan motor dan ciri-ciri dari kumpulan motor yakni :

a) Seperti yang pada umumnya di lihat oleh sebagian besar orang, geng motor di kenal sebagai kumpulan orang yang suka naik motor namun suka melanggar ketertiban jalan, oleh sebab itu geng motor sering dipandang oleh masyarakat sebagai kupulan motor yang anarkis, yang selalu berbuat negatif dan tentunya meresahkan masyarakat sekitar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ciri-ciri geng motor antara lain

a) Tidak memakai perlengkapan safety riding seperti helm, jacket, sarung tangan, dan sepatu
b) Membawa senjata, baik itu sajam (senjata tajam, entah itu mereka buat sendiri ataupun buatan pabrikan semacam parang, samurai, pisau lipat, maupun badik).
c) Muncul pada malam hari dan tanpa menyalakan lampu apapun.
d) Tidak ada kegiatan sosial
e) Tidak ada kegiatan positif yang dilakukan
f) Kendaraan yang mereka gunakan hanyalah motor bodong, tanpa spion, sign kanan-kiri, lampu utama dan stop lamp. Motor dipaki berisik, mampu berlari kencang dan dapat digunakan untuk mencelakai orang lain

1. Klub adalah suatu perkumpulan kendaraan sepeda motor yang terdiri hanya satu jenis motor motor lain tidak boleh bergabung di dalam klub motor. Jadi klub motor adalah sebuah perkumpulan yang terdiri dari satu varian atau jenis motor. Misalnya yang klub motor Honda CB maka yang boleh bergabung secara nyata adalah mereka yang punya motor Honda CB ataupun sejenisnya jadi motor yang lain tidak boleh masuk klub motor trsebut. Dalam organisasi klub motor trsebut ada aturan dan syarat yang harus di patuhi sebelum masuk klub motor tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ciri-ciri klub motor anatara lain:

1. Mengenakan perlengkapan berkendara, seperti helm, jacket, sarung tangan dan sepatu.
2. Ketika berkendara lengkap membawa surat-surat seperti STNK,SIM.
3. Mentaati peraturan lalu lintas
4. Pada umumnya, sebuah club motor hanya terdiri dari satu merk motor dan atau satu tipe motor saja
5. Memiliki tempat KOPDAR yang tetap dan berada di tengah keramaian, semisal di jalan protocol agar dapat dilihat khalayak luas. Selain itu juga agar dapat saling mengenal dengan sesama member club lain.
6. Melakukan touring secara terkoordinir dengan agenda yang jelas dan secara safety riding
7. Sering melakukan kegiatan positif seperti bakti sosial, berbagi takjil ketika bulan ramadhan dan kegiatan positif lainnya.
8. Saling menolong klub lain ketika menemui kesulitan atau kendala di jalan
9. Memiliki tujuan dalam berkendara dengan peraturan yang jelas, tegas , sekalipun kadang tidak membebani anggota lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Logo Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club

Gambar 3.1

Gambar logo komunitas motor CBR Sidoarjo Club

3) Lokasi

- Alamat *Basecamp* :

Jl. Antartika Siwalan Panji Sidoarjo

- Tempat KOPDAR

Jl. Lingkar Barat Sidoarjo Depan Monumen Ponti Sidoarjo

Gambar 3.2

Gambar jadwal rutin kopdar

4) Spanduk

Kegiatan komunitas motor CBR Sidoarjo Club selalu memasang spanduk untuk media sosialisai bagi komunitas lain bahkan masyarakat pada umumnya ketika sedang kumpul-kumpul atau pada saat berada di lokasi touring. Pemasangan spanduk dilakukan agar klub mereka dapat di kenali dengan cepat serta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diketahui keberadaannya oleh komunitas yang lain bahkan masyarakat pada umunya.

Gambar 3.3

Gambar spanduk komunitas motor CBR Sidoarjo Club

5) Visi dan Misi

- Visi

  Mempererat tali persaudaraan antara sesama pengguna motor Honda CBR.

- Misi

  Menciptakan club yang santun dan dekat dengan masyarakat.

6) Susunan Pengurus

Adapun struktur kepengurusan komunitas motor CBR Sidoarjo Club yakni sebagai berikut :

- Pembina dan Pendiri : Dwi Putra S
- Penasehat : Gatot Hindarko
- Ketua : Biyan Dwi Putra Utama
- Wakil Ketua : Adi Prasetiawan
- Humas : Muhaimin
- Sekretaris : Muhammad Yani
- Bendahara : Eko Kuswantoro

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Seksi Tata Tertib : Iwan
- Seksi Keamanan : Andik Rusdianto
- Seksi Touring : Miftahul Ulum
- Seksi Kegiatan : Aditya Irawan
- Seksi Perlengkapan : Basiliuz Ari
- Seksi Dokumentasi : Amirul Fuad dan Asep Adi

7) Program Kegiatan

1) Tourjib (Touring Wajib), yakni dilaksanakan setiap 6 bulan sekali, dan semua anggota wajib mengikuti.

2) Touring Setiap Satu Bulan Sekali, yakni touring yang tidak wajib diikuti oleh semua anggota.

3) Baksos (Bakti Sosial), yakni setiap ada masyarakat yang terkena musibah seperti bencana alam, maka komunitas Motor CBR Sidoarjo Club terjun langsung ke tempat kejadian untuk membantu.

4) Silaturahim, yakni setiap satu minggu sekali komunitas motor CBR Sidoarjo Club mengadakan silaturahim keluarga anggota komunitas motor CBR Sidoarjo Club.

5) Kopdar (Kopi Darat) , yakni kegiatan yang dilakukan 1 minggu sekali di tempat yang sudah disepakati pengurus klub atau komunitas motor. aktifitas seperti ini kebanyakan berkumpul di pinggir jalan atau trotoar dan biasanya berkumpulnya para bikers maupun klub dan komunitas motor pada hari sabtu malam. Dalam hal ini bukan sekedar duduk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan cangkruk tetapi aktivitas seperti ini yang bisa meningkatkan rasa persaudaraan antar anggota maupun antar klub atau komunitas motor.

Gambar 3.4

Suasana KOPDAR CBR Sidoarjo

Setiap penelitian tujuan utamanya adalah untuk mencari jawaban atas permasalahan yang ada dan merupakan salah satu tahapan penting dalam proses penelitian adalah proses pengumpulan data yang diperoleh setelah data dan fakta hasil pengamatan empiris disusun, diolah lagi yang kemudian ditarik makna dalam bentuk pertanyaan atau kesimpulan yang bersifat umum.

Maulana Nuski Yuwafi[50] Kehadiran komunitas sepeda motor menimbulkan permasalahan sosial ditengah-tenga masyarakat, setelah selama ini masyarakat sudah banyak dipusingkan oleh aksi seperti tawuran antar pelajar, sampai hal-hal yang menjerumus kriminal.

[50] Maulana Nuski Yuwafi, *Fungsi Sosial Pada Komunitas Sepeda Motor* di Surakarta,Universitas Muhammadiyah Surakarta, hlm 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perilaku komunitas motor dalam berkendara sebenarnya bukan hal baru.

Perilaku komunitas sepeda motor tidak saja meresahkan masyarakat, tapi juga merugikan club-club motor lain yang merasa tidak terlibat dalam aksi-aksi anarkis maupun negative. Perilaku komunitas motor tentu saja sangat mengkhawatirkan, karena mereka merupakan generasi muda yang kelak diharapkan menjadi penerus, pemilik masa depan bangsa.

Banyaknya pemberitaan negatif tentang komunitas motor di kalangan masyarakat membuat komunitas ini mencoba membangun sebuah pencitraan dan pembuktian bahwa komunitas CBR Sidoarjo Club termasuk komunitas yang baik dan tidak merugikan masyarakat. Berikut kegiatan pencitraan yang dilakukan oleh komunitas motor CBR Sidoarjo Club :

1. Proses Pencitraan Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club di Mayarakat

   Citra adalah gambaran sesorang tentang sesuatu pada lingkungan sekitranya. Salah satu contohnya yakni klub motor yang dianggap meresahkan masyarakat dan merugikan masyarakat.

   Banyaknya club motor membuat masyarakat semakin resah dan terkadang ada tidak suka dengan adanya club motor. hal ini terbukti, adanya pemberitaan melalui media sosial tentang ganasnya club motor di tengah-tengah masyarakat. Banyak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kejadian anarkis yang dilakukan oleh club motor, seperti pembacokan antar sesama komunitas lain, tawuran, dan masih banyak lagi pandangan negatif masyarakat tentang club motor.

Salah satu komunitas motor yang ada di Sidoarjo yakni komunitas motor CBR Sidoarjo club, mencoba membangun sebuah pencitraan dimasyarakat agar tidak selamanya pandangan masyarakat tentang club motor itu buruk. Kelompok motor CBR Sidoarjo club berdiri pada Oktober tahun 2014. Pada tahun 2014 maraknya pemberitaan tentang geng motor, kelompok CBR Sidoarjo pada saat itu dianggap cuma geng motor padahal bukan geng motor tetapi klub motor yang selalu melakukan hal-hal positif dan tidak merugikan masyarakat. Dengan berjalannya waktu menginjak tahun 2015 kelompok motor CBR Sidoarjo club mulailah diterima oleh masyarakat sebagai kelompok motor yang baik, santun tertib. Dari tahun ke tahun dengan menujukkan perilaku positif seperti menerima ajakan warga sekitar Sidoarjo untuk kerja bakti, peduli sungai bersih dan masih banyak kegiatan positif yang dilakukan oleh kelompok motor CBR Sidoarjo Club maka semakin dikenal kelompok motor CBR di masyarakat.

Beberapa yang dilakukan komunitas CBR dalam membangun sebuah cintra di masyarakat sebagai berikut :

1. Wujud Kepedulian Sosial

Bakti sosial merupakan, suatu kegiatan wujud dari kepedulian atau rasa kemanusiaan terhadap sesama manusia.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dimana dengan adanya kegiatan ini dapat merekatkan rasa kekerabatan kita terhadap orang lain. Bakti sosial adalah salah satu rangkaian cara yang dilakukan komunitas CBR dalam membangun sebuah citra di masyarakat. Banyaknya bencana alam yang menimpa masyarakat membuat komunitas ini ikut terjun ke lapangan untuk membantu para korban. Saudara Biyan[51] selaku ketua dari komunitas motor CBR Sidoarjo menjelaskan bahwa ini merupakan salah satu cara untuk mendekatkan komunitas terhadap masyarakat agar tidak selamanya masyarakat menganggap bahwa club motor itu tidak selamanya buruk :

> "dalam membangun sebuah citra itu tidak gampang, banyak hal yang harus dilakukan agar masyarakat percaya bahwa komunitas CBR ini baik dan tidak merugikan masyarakat. Seperti contoh cara membangun citra di masyarakat yakni baki sosial, kami para anggota komunitas CBR Sidoarjo ikut terjung langsung ke lapangan untuk membantu para korban. Biasanya kita menyumbangkan dana, makanan, dan pakaian bekas dll. dengan cara meminta sumbangan sukarela kepada pengendara jalan di lampu merah, dan mencari sumbangan lainnya, entah itu dari keluarga anggota maupun mendapatkan sumbangan dari mana saja akan kita tampung dan menyalurkannya kepada orang yang terkena bencana alam"

Bahwa dalam membangun sebuah citra tidak gampang, perlu meyakinkan masyarakat, salah satunya dengan cara ini yakni bakti sosial membantu korban yang terkena musibah seperti banjir, gempa bumi dan lain sebagainya.

[51] Wawancara dengan Biyan ketua dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 19:30 WIB. 19 Januari 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Saudara Muhaimin[52] selaku humas di Komunitas CBR Sidoarjo club menambahkan :

> "kepedualiannya ke sesama bukan hanya di club aja tetapi di masyarakat juga. Dari hal kecil dulu misalnya, didalam kampung kita sendiri , kalau untuk masyarakat luar kita lebih ke arah kegiatan sosial ya saling berbagi, mungkin sementara itu dulu karna saya lebih ke arah personal terhadap dulur-dulur komunitas motor CBR Sidoarjo Club. ya seperti itulah kalau di club kami CBR Sidoarjo selain acara kopdar, rolling dan touring. Kami juga melakukan hal-hal positif yang lain semisal kita adakan kegiatan sosial membantu korban bencana alam,"

Dalam membangun sebuah citra di masyarakat diperlukan hal-hal kecil terdahulu seperti, membantu kegiatan di kampung. Jika ada bencana alam komunitas CBR juga antusias turun langsung untuk membantu para korban.

Saudara Zainal Abidin[53] selaku anggota aktif di komunitas CBR Sidoarjo menambahkan:

> "nah cara komunitas motor CBR Sidoarjo Club dalam membangun sebuah citra di masyarakat yakni, banyak-banyak melakukan kegiatan positif, dengan cara membantu masyarakat yang terkena bencana alma seperti gempa, banjir dan lain sebagainya. Kita selalu menggalang dana, tenaga ataupun pakaian, kita akan menyumbangkan yang terkena musibah tersebut dengan atas nama CBR Sidoarjo"

Banyaknya bencana alam, musibah, komunitas motor CBR antusias untuk membnatu para korban yang terkena musibah. Ini merupakan salah satu cara untuk menujukkan terhadap masyarakat bahwa

[52] Wawancara dengan Muhaimin Humas dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 17:00 WIB. 14 Maret 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo.
[53] Wawancara dengan Zainal Abidin Anggota Aktif dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 18:30WIB. 24 Januari 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunitas motor CBR merupakan komunitas yang peduli terhadap masyarakat sekitar.

Sauadara Ahmad Lukman[54] selaku anggota aktif komunitas motor CBR Sidoarjo menambahkan:

> ”cara membangun sebuah citra di masyarakat yakni dengan mengikuti acara-acara sosial ke masyarakat, kebetulan kita juga pernah ikut kegiatan sosial membantu masyarakat agar lebih dekat dengan masyarakat.

Dengan mengikuti acar-acara sosial, komunitas CBR menujukkan perilaku positif yakni membantu para korban yang terkena musibah bencana alam.

Saudara Yani[55] selaku sekretaris komunitas motor CBR Sidoarjo Club menambahkan :

> “Ya seperti itulah kalau di club kami CBR Sidoarjo selain acara kopdar, rolling dan touring. Kami juga melakukan hal-hal positif yang lain semisal kita adakan kegiatan sosial membantu korban bencana alam, kita terjun langsung untuk membantu para korban”

Dengan melakukan terjun langsung ke lapangan untuk membantu para korban bencana alam, merupakan salah satu bentuk kepedulian komunitas motor CBR terhadap masyarakat, juga sebagai menujukkan bahwa komunitas motor CBR merupakan komunitas yang baik.

2. Berbagi Takjil dan Buka Bersama Anak-anak Yatim Piatu Ketika Bulan Ramadhan

[54] Wawancara dengan Zainal Abidin Anggota Aktif dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 18:30WIB. 24 Januari 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo

[55] Wawancara dengan Mochammad Yani Sekretaris dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 18:00 WIB. 14 Maret 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melalui kegiatan berbagi takjil dan buka bersama merupakan salah satu bentuk dalam proses pencitraan komunitas motor CBR Sidoarjo. Setiap bulan ramadhan komunitas motor CBR Sidoarjo tidak lupa mengagendakan bagi takjil dan buka bersama. Adi Prasetiawan [56]merupakan wakil komunitas CBR Sidoarjo menjelaskan:

> "Salah satu cara mendekatkan diri ke masyarakat yakni dengan mengadakan buka bersama dengan anak yatim piatu, berbagi takjil ketika bulan ramadhan, ini semua dilakukan agar masyarakat yakin bahwa komunitas motor CBR Sidoarjo memang baik dan tidak merugikan masyarakat"

Salah satu perilaku yang menujukkan bahwa komunitas motor CBR Sidoarjo baik yakni, dengan cara melakukan hal-hal positif seperti melakukan kegiatan di bulan Ramdhan dengan membagikan takjil kepada pengendara dan tentunya mengadakan buka bersama dengan anak yatim piatu.

Saudara Londo[57] selaku anggota aktif di komunitas motor CBR Sidoarjo club menambahkan:

> "salah satu rutinitas komunitas motor CBR Sidoarjo Club pada saat bulan Ramadhan yakni berbagi takjil kepada pengendara. Tidak hanya itu saja, tetapi juga berbagi tali asih ke panti asuhan, saling membantu sesama di bulan Ramadhan"

Disaat bulan Ramadhan komunitas motor CBR selalu mengadakan bagi-bagi takjil kepada pengendara dan berbagi tali asih ke panti

[56] Wawancara dengan Adi Prasetiawan Wakil Ketua dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 19:00 WIB. 23 Januari 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo.

[57] Wawancara dengan Londo selaku anggota aktif komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 20:00 WIB. 21 April 2018. Tempat Kopdar Jl. Lingkar Barat Sidoarjo Depan Monumen Ponti Sidoarjo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

asuhan. Cara ini merupakan salah satu bentuk kepedulian terhadap masyarakat juga untuk menujukkan terhadap masyarakat bahwa komunitas motor CBR merupakan komunitas yang baik.

Saudara Ulum[58] selaku anggota aktif di komunitas motor CBR Sidoarjo Club menambahkan:

> "karna kita hidup tidak sendirian, hidup ditengah masyarakat. Bagaimana kita menujukkan kepada masyarakat bahwa komunitas CBR ini baik ya salah satunya dengan cara berbagi kebaikan di bulan suci Ramadhan, dengan melakukan hal-hal yang baik seperti berbagi takjil kepada pengendara yang lewat, mengadakan buka bersama dengan anak-anak yatim piatu dan masih banyak kegiatan positif lainnya."

Komunitas motor CBR Sidoarjo merupakan komunitas yang berdiri di tengah-tengah masyarakat, bagaimanapun komunitas CBR Sidoarjo harus menujukkan perilaku-perilaku yang baik terhadap masyarakat agar tidak dianggap buruk oleh masyarakat. Salah satunya adalah dengan mengadakan bagi-bagi takjil kepada pengendara ketika bulan Ramadhan dan tak lupa mengajak anak-anak yatim piatu untuk berbuka bersama.

Saudara Rony[59] selaku anggota aktif di komunitas motor CBR Sidoarjo Club menambahkan:

> "Banyak kegiatana dan perilaku postif yang dilakukan komunitas motor CBR dalam menunjukkan dan meyakinkan masyarakat bahwa komunitas CBR adalah komunitas yang baik dan bukan komunitas yang asal-asalan. Salah satu contoh perilakunya yakni ketika bulan Ramadhan kita mengadakan buka bersama dengan anak yatim dan berbagi takjil ke pengendara

[58] Wawancara dengan Ulum selaku anggota aktif komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 20:00 WIB. 21 April 2018. Tempat Kopdar Jl. Lingkar Barat Sidoarjo Depan Monumen Ponti Sidoarjo

[59] Wawancara dengan Rony selaku anggota aktif komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 20:00 WIB. 21 April 2018. Tempat Kopdar Jl. Lingkar Barat Sidoarjo Depan Monumen Ponti Sidoarjo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dijalan. Ini menujukkan supaya masyarakat tau tentang komunitas CBR Sidoarjo Club."

Meyakinkan masyarakat bahwa komunitas motor CBR merupakan komunitas yang baik tidak semudah apa yang dibayangkan bila tidak ada pembuktian dan perilaku yang benar-benar bisa membuat masyarakat ini tidak mempunyai fikiran bahwa komunitas motor itu tidak selamanya buruk. Salah satu komunitas motor CBR Sidoarjo Club dalam menujukkan citra yakni dengan cara mengadakan buka bersama dengan anak yatim piatu, tak lupa juga dengan membagikan takjil kepada pengendara di jalan ketika bulan Ramadhan

Gambar 3. 5
Gambar Bagi-bagi Takjil Ketika Bulan Ramadhan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 3.6

Gambar Berbuka Bersama Anak Yatim Piatu

3. Pelatihan *Safety Riding*

Maksud dari pelatihan safety riding disini adalah, di dalam komunitas motor CBR Sidoarjo harus benar-benar memperhatikan tentang safety riding, karena komunitas ini berdiri di tengah-tengah masyarakat, berkendara juga di jalan bertemu dengan masyarakat, jadi ketika kberkendara hal-hal yang perlu diperhatikan yakni sopan santu di jalan, tidak mengganti kaca spioon standart , tidak mengganti knalpot standart dengan knalpot broong karena suara knalpot broong bisa mengganggu masyarakat. Saudara Rendy[60] merupakan salah satu anggota aktif di komunitas motor CBR Sidoarjo menjelaskan :

> "Kita selalu safety dalam berkendara dan mentaati rambu-rambu lalu lintas. Dan cara membangun sebuah citra di masyarakat dengan cara tidak ugal-ugalan di jalan, menjaga perilaku sopan santu dengan pengendara lain, karena komunitas motor CBR Sidoarjo tidak hidup sendirian, komunitas motor CBR Sidoarjo hidup ditengah-

[60] Wawancara dengan Rendy Anggota Aktif dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 18: 00 WIB. 23 Januari 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> tengah masyarakat, jadi bagaimana cara kita semaksimal mungkin menjaga perilaku kita terhadap masyarakat agar komunitas motor CBR Sidoarjo tidak dianggap buruk"

Dengan meyakinkan masyarakat bahwa tidak selamanya komunitas motor itu buruk, salh satunya yakni dengan melakukan kegiatan sopan santun disaat berkendara, tidak ugal-ugalan dijalan, mentaati peraturan.

Saudara Adi Prasetiawan[61] selaku wakil ketua komunitas motor CBR Sidoarjo Club menambahkan :

> "Di dalam berkendara kita selalu mengutamakan keselamatan, dengan cara menujukkan seperti mentaati rambu-rambu lalu lintas, santun dijalan, saling sapa jika bertemu dengan club lain, dan tetap menjaga kelengkapan motor, seperti tidak mengganti knlapot broong dan tidak mengganti spion dengan spion yang tidak sesuai standart berkendara."

Dengan melakuakn sopan santu dijalan membuat para masyarakat akan berfikiran baik terhadap komunitas motor. salah satu caranya yakni dengan melakukan sopan santun dijalan, tidak mengganti spion dan tidak mengganti knlalpot yang tidak sesuai standart.

4. Rolling Silaturahmi

Rolling silaturahmi ini bertujuan untuk memperkenalkan komunitas motor CBR Sidoarjo tidak hanya kepada masyarakat saja, tetapi kepada keluarga anggota motor CBR Sidoarjo juga perlu, agar anggota keluarga tidak khawatir jika salah satu anggota keluarganya bergabung di komunitas motor CBR Sidoarjo dan cara ini untuk meyakinkan keluarga anggota bahwa komunitas motor

[61] Wawancara dengan Adi Prasetiawan selaku wakil ketua dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 18: 00 WIB. 23 Januari 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

CBR Sidoarjo merupakan komunitas yang baik. Muhaimin[62] merupakan humas di komunitas motor CBR Sidoarjo menjelaskan tentang proses membangun sebuah citra:

> "Untuk sementara ini kita masih lebih mengenalkan diri ke setiap masing-masing anggota, seperti mengadakan agenda tiap bulan kita silaturahmi ke rumah salah satu anggota semacam arisan gitu (bergiliran). Jadi keluarga anggota kita tau komunitas motor CBR Sidoarjo Club itu gimana, secara tidak langsung menghilangkan rasa kuatir anaknya atau keluarganya yang gabung di komunitas motor CBR Sidoarjo. Karna saya lebih kearah pendekatan ke setiap anggota karna dalam satu club kita adalah keluarga"

Setiap minggu komunitas motor CBR Sidoarjo Club selalu melakukan Rolling Silaturahmi guna untuk menyakinkan keluarga bahwa komunitas motor CBR merupakan komunitas yang baik.

Saudara Zainal Abidin[63] menambahkan:

> "Setiap bulan kita juga mengadakan arisan atau sowan atau bisa disebut silaturahim disalah satu anggota CBR Sidoarjo agar tetangga , teman, ataupun keluarga itu tau bahwa kita merupakan club motor yang baik dan bukan geng motor. geng motor selalu dalam hal-hal yang negatif seperti contoh bikin onar dijalan, bikin resek dan balap liar. Kalau club selalu dalam hal-hal yang positif."

Dengan cara sowan terhadap keluarga anggota motor CBR, guna untuk meyakinkan bahwa komunitas CBR Sidoarjo adalah komunitas yang baik. Tidak hanya itu saja tujuan rolling silaturahmi, tetapi untuk menjalin kedekatan terhadap keluarga anggota sehingga keluarga tidak khawatir ketika salah satu kerabat dari anggota mengikuti komunitas CBR Sidoarjo Club.

---

[62] Wawancara dengan Muhaimin Humas dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 17:00 WIB. 14 Maret 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo.

[63] Wawancara dengan Zainal Abidin Anggota Aktif dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 18:30WIB. 24 Januari 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Saudara Adi Prasetiawan[64] menambahkan :

> " Salah satu kegiatan yang diadakan komunitas motor CBR yakni Rolling Silaturahmi, maksudnya adalah saling mengunjungi rumah anggota motor CBR secara bergiliran, guna untuk menujukkan kepada masyarakat bahwa komunitas CBR ini adalah komunitas yang baik, tidak hanya kepada masyarakat tetapi kepada keluarga juga, sehingga keluarga tidak khawatir ketika anaknya atau kerabat keluarganya mengikuti komunitas CBR ini. Didalam rolling silaturahmi pun kita tidak hanya bercanda, tetapi membahas hal-hal yang penting seperti evaluasi pengurus, membahas evaluasi touring, membahas tentang iuran keuangan."

Di dalam rolling silaturahmi tidak hanya bercanda, tetapi melakukan evaluasi pengurus, membahas evaluasi touring dan tentang iuran keuangan. Dan tujuan mengadakan rolling silaturahmi guna mendekatkan dan memperkenalkan langsung terhadap anggota keluarga.

Gambar 3. 7

Gambar silaturahmi bergiliran ke rumah anggota CBR

5. Legalitas Komunitas

Komunitas motor CBR Sidoarjo merupakan salah satu komunitas yang sudah terdaftar di Satlantas Polres Sidoarjo.

[64] Wawancara dengan Adi Prasetiawan Wakil Ketua dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 18: 00 WIB. 23 Januari 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Komunitas ini mencoba menunjukkan kepada masyarakat bahwa komunitas ini memang baik dan menujukkan bahwa komunitas CBR tidak seperti yang ada di fikiran masyarakat. Terdaftar di Satlantas Polres Sidoarjo otomatis komunitas ini merupakan komunitas yang baik, karena tidak sembarang komunitas bisa terdaftar di Satlantas Polres Sidoarjo. Mochhammad Dicky[65] merupakan salah satu anggota komunitas motor CBR Sidoarjo menjelaskan :

> "Ada yang membedakan antara club dan geng motor itu, kalau club motor CBR Sidoarjo sudah terdaftar di Dinas Menpora dan satlantas Sidoarjo, kalau geng motor, mereka hanya membuat rusuh masyarakat, seperti membuat onar dijalan, ugal-ugalan dijalan dan sering ongkekan (balapan liar) , dan lain sebagainya. Komunitas motor CBR Sidoarjo juga pernah ikut dalam kirab pemuda menpora, itu merupakan salah satu kegiatan postif yang dianggap oleh masyarakat. Komunitas motor CBR Sidoarjo pernah diacungi jempol oleh satlantas Polresta Sidoarjo sebagai salah satu club yang tidak aneh-aneh kayak geng motor. komunitas motor CBR Sidoarjo kalau ada anggota yang tidak patuh lalu lintas akan ditegur sesama anggota, karna komunitas motor CBR Sidoarjo Club benar-benar menerapkan safety yang baik, dan yang paling terpenting tidak ugal-ugalan dijalan raya. Dan komunitas CBR Sidoarjo juga pernah mendapatkan pengarahan langsung oleh Polres Sidoarjo tentang berkendara dll."

Dengan meyakinkan masyarakat bahwa komunitas motor CBR Sidoarjo Club baik, salah staunya dengan menujukkan legalitas komunitas. maksudnya, menjelaskan kepada masyarakat bahwa komunitas motor CBR Sidoarjo Club merupakan komunitas resmi dan dapat dipercaya masyarakat.

[65] Wawancara dengan Mochamad Dicky Anggota Aktif dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 19:30WIB. 23 Januari 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 3.8

Gambar Komunitas CBR melakukan penjemputan MENPORA

Gambar 3.9

Gambar ketika komunitas motor CBR Sidoarjo Club mendapatkan Pengarahan dari Polres Sidoarjo

Saudara Zainal Abidin[66] salah satu anggota aktif di Komunitas Motor CBR Sidoarjo menambahkan:

> "Kalau pengen gabung di komunitas motor CBR Sidoarjo wajib ngumpulin fotocopy KTP,SIM, STNK untuk catatan di Polres Sidoarjo. Ini menunjukkan bahwa komunitas

[66] Wawancara dengan Zainal Abidin Anggota Aktif dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 18:30WIB. 24 Januari 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

motor CBR Sidoarjo merupakan komunitas yang sudah terdaftar di Satlantas Polres Sidoarjo"

Dengan menujukkan bahwa komunitas motor CBR Sidoarjo komunitas yang baik yakni dengan mempunyai legalitas komunitas. dan syarat untuk bergabung di komunitas CBR ini mempunyai persyaratan yang harus dipenuhi seperti mengumpulkan fotocopy KTP, SIM, STNK untuk dicatat di Polres Sidoarjo.

Saudara Adi Prasetiwan[67] selaku wakil ketua komunitas motor CBR Sidoarjo menambahkan:

"Banyaknya masyarakat tentang pandangan club motor merupakan komunitas yang hanya bisa rusuh dan membuat onar, tidak selamanya pernyataan masyarakat atau tudingan masyarakat itu benar. Banyak komunitas motor yang sudah mempunyai izin, seperti komunitas motor CBR Sidoarjo ini, sudah terdaftar di polresta Sidoarjo bahwa komunitas CBR merupakan komunitas resmi.

Gambar 3.10

Lambang CBR dan Kepolisian

Gambar ini menujukkan bahwa komunitas motor CBR Sidoarjo sudah terdaftar di Polres Sidoarjo sebagai komunitas resmi, dengan bukti adanya "Pin Cor" ini perpaduan antara gambar logo komunitas motor CBR dengan lambing kepolisian."

Dengan menujukkan bukti bahwa komunitas motor CBR Sidoarjo Club yang baik adalah, adanya bukti bahwa komunitas CBR sudah

[67] Wawancara dengan Adi Prasetiawan Wakil Ketua dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 19:00 WIB. 23 Januari 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diakui dengan menunjukkan adanya Pin Cor. Lambang Pin Cor ini merupakan perpaduan antara lambing CBR dan lambang Kepolisian.

Klub motor dan Geng motor berbeda, kalau klub adalah suatu perkumpulan kendaraan sepeda motor yang terdiri hanya satu jenis motor, motor lain tidak boleh bergabung. Klub motor selalu menunjukkan sikap dan perilaku yang berbau positif, memperhatikan safety ridingn dan memiliki aturan-aturan yang jelas. Berbeda dengan geng motor, yakni mereka hanya meresahkan masyarakat, seperti ugal-ugalan dijalan raya, tidak mematuhi atura, tidak safety riding dan masih banyak hal-hal negatif lainnya yang disebabkan oleh geng motor.

Masyarakat ada yang tidak tahu tentang perbedaan geng motor dan klub motor, kebanyakan mereka menganggap sama antara geng motor dan geng motor. saudara dicky[68] salah satu anggota aktif di komunitas motor CBR Sidoarjo Club menjelaskan tentang perbedaan geng motor dan klub motor.

> "Ada yang membedakan antara club dan geng motor itu, kalau club motor CBR Sidoarjo sudah terdaftar di Dinas Menpora dan satlantas Sidoarjo, kalau geng motor, mereka hanya membuat rusuh masyarakat, seperti membuat onar dijalan, ugal-ugalan dijalan dan sering ongkekan (balapan liar) , dan lain sebagainya. Komunitas motor CBR Sidoarjo juga pernah ikut dalam kirab pemuda menpora, itu merupakan salah satu kegiatan postif yang dianggap oleh masyarakat."

[68] Wawancara dengan Mochamad Dicky Anggota Aktif dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 19:30WIB. 23 Januari 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Karna kebanyakan masyarakat belum tau tentang perbedaan geng motor dan klub motor, hal itu diperkuat oleh saudara rendy[69]salah satu anggota aktif di komunitas motor CBR Sidoarjo Club menjelaskan :

> "Komunitas dan geng motor adalah beda, kenapa? Karna CBR Sidoarjo merupakan suatu komunitas resmi yang ada di Sidoarjo. Berbeda dengan geng motor, kalau geng motor itu biasanya yang rusuh lalu hanya sekedar nongkrong pinggir jalan, ngopi, kendaraannyapun tidak safety. Beda dengan sebuah komunitas CBR Sidoarjo Club, kita selalu safety dalam berkendara dan mentaati rambu-rambu lalu lintas"

Itulah proses komunitas CBR Sidoarjo Club dalam membangun citra yang baik di masyarakat. Dan yang paling terpenting komunitas CBR Sidoarjo Club merupakan komunitas yang sudah terdaftar di satlantas polresta Sidoarjo, bisa disimpulkan komunitas ini merupakan salah satu komunitas resmi yang ada di Sidoarjo. Dari pernyataan diatas juga bisa membedakan antara geng motor dan club motor yakni geng motor adalah sebuah kelompok yang sering melakukan hal-hal negatif, seperti contoh ugal-ugalan dijalan, tidak tertib, tidak safety , sering mengadakan balapan liar (ongkekan) dan lain sebagainya. Berbeda dengan klub motor, klub motor adalah sebuah kelompok yang mempunyai peraturan yang wajib ditaati, seperti tidak ugal-ugalan dijalan, selalu tertib sebagai pengendara, menjaga sopan santun, mematuhi peraturan lalu lintas, tidak mengganti standart motor seperti mengganti knlapot, spion. Menjauhi hal-hal negatif seperti minum-minuman keras, sex bebas dan hal-hal negatif lainnya. Karna komunitas CBR berdiri ditengah-tengah masyarakat bagaimanapun

[69] Wawancara dengan Rendy Anggota Aktif dari komunitas motor CBR Sidoarjo Club pukul 18: 00 WIB. 23 Januari 2018. Basecamp CBR Sidoarjo Club, Jl Antartika Siwalan Panji Sidoarjo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

caranya komunitas CBR Sidoarjo membangun sebuah citra agar mengubah pandangan masyarakat bahwa komunitas motor CBR Sidoarjo tidak meresahkan masyarakat. Pengertian masyarakat sendiri adalah sekelompok orang yang mempunyai identitas sendiri, yang membedakan dengan kelompok lainya, dan hidup dalam wilayah atau daerah tertentu secara tersendiri. Dalam masyarakatpun banyak yang menonjolkan sifat keindividuannya. Individu tanpa masyarakat tidak berarti sama sekali, masyarakat tanpa individu juga tidak akan berarti apa-apa dan tidak memiliki peranan sama sekali.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

INTERPRETASI HASIL PENELITIAN

A. Temuan Penelitian

Temuan penelitian adalah bagian dari tahap penelitian kualitatif yang berguna untuk menelaah semua data yang diperoleh peneliti. Selain itu, juga bermanfaat untuk mengecek kebenaran dari setiap data yang diperoleh. Analisis data juga merupakan implementasi usaha peneliti untuk mengatur urutan data, kemudian mengkoordinasikan dalam satu pola, kategori dan uraian dasar. Dari hasil penyajian data yang telah dijelaskan sebelumnya dapat diperoleh temuan-temuan yang akan diuraikan sesuai dari hasil sumber penelitian dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti. Dari penelitian tersebut, dapat dikatakan bahwa komunitas motor CBR Sidoarjo Club merupakan komunikasi kelompok kecil karena komunitas motor CBR Sidoarjo merupakan suatu kumpulan individu yang dapat mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, mengambil peranan terikat satu sama lain dan berkomunikasi tatap muka. selain itu kekompakan dan daya tarik kepada masyarakat untuk menunjukkan citra yang baik.

Pembentukan Citra Komunitas motor CBR Sidoarjo Club di Masyarakat

Sebagian masyarakat memandang bahwa klub motor merupakan kelompok yang meresahkan masyarakat dengan melakukan hal-hal yang negatif seperti contoh mabuk-mabukan, tidak santun dijalan dan lain sebagainya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Padahal tidak seperti itu, klub motor merupakan kelompok yang selalu melakukan hal-hal postif yang tidak merugikan masyarakat, lain halnya dengan geng motor. geng motor merupakan kelompok yang sering melakukan perilaku negatif seperti ugal-ugalan dijalan, sering mengadakan balap liar, mabuk-mabukan, cenderung meresahkan warga.

Salah satu komunitas klub motor yang ada di Sidoarjo yakni komunitas motor CBR Sidoarjo yang pernah mendapat tudingan dari masyarakat tentang klub motor. berbagai cara telah dilakukan komunitas motor CBR Sidoarjo Club membangun sebuah citra di masyarakat agar dianggap baik oleh masyarakat dan bisa membedakan bahwa klub motor dan geng motor itu berbeda.

1. **Etika Islami Sebagai Standart Silaturahmi.**

   Setiap keluarga ataupun siapapun itu tidak akan mau ketika anaknya, saudaranya dll. Terjebak di komunitas atau kelompok-kelompok yang tidak bertanggungjawab dan merugikan. Komunitas motor CBR Sidoarjo Club setiap minggu mengadakan silaturahmi ke setiap anggota. Komunitas CBR menunjukkan bahwa komunitas CBR tidak seperti yang ada di benak masyarakat serta agar keluarga tau bahwa komunitas motor CBR Sidoarjo Club selalu melakukan hal-hal postif yang tidak merugikan masyarakat, keluarga dan lain-lain.

   Dengan adanya rolling silaturahmi membuat komunitas motor CBR Sidoarjo Club lebih dikenal oleh keluarga anggota komunitas CBR. Disaat rolling silaturahmi tidak hanya menunjukkan kepada keluarga saja bahwa komunitas CBR ini memang baik dan selalu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan hal-hal positif, tetapi di selingi oleh bakti sosial ketika ada masyarakat terkena musibah seperti banjir, gempa bumi atau bencana lainnya. Dengan diselingi oleh bakti sosial, komunitas CBR lebih dekat dengan masyarakat dan selalu menciptakan perilaku-perilaku yang tidak merugikan masyarakat. Tidak hanya perilaku itu saja, tetapi jika ada Desa Anggota membutuhkan bantuan seperti kerja bakti, komunitas CBR Sidoarjo Club siap membantu warga desa agar lebih dekat dengan masyarakat.

Dalam Rolling Silaturahmi yang dilakukan kelompok motor CBR Sidoarjo Club yakni membahas tentang bagaimana kelompok motor CBR ini kedepannya seperti apa sehingga CBR lebih maju dan dipercaya masyarakat sebagai kelompok yang baik dan yang jelas tidak merugikan masyarakat.

Selain itu, pada saat Rolling Silaturahmi juga membuka sharing-sharing sesama anggota CBR, dan mengungkapkan unek-unek yang ada di CBR. Serta guna untuk menjalin keakraban sesama anggota.

Betapa pentingnya kegiatan silaturahmi ini, karena kegiatan silaturahmi ini guna untuk menjalin tali persaudaraan lebih dekat lagi sehingga dari masyarakat sekitar dan keluarga anggota CBR lebih mengenal lebih dekat lagi dan bisa membedakan antara klub motor dan geng motor.

Bersilaturahmilah dengan komunitas yang mengajak dalam kebaikan, yang berisi kegiatan positif merupakan salah satu bentuk citra yang ditunjukkan oleh komunitas motor CBR Sidoarjo Club kepada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat sekitar, serta keluarga anggota komunitas motor CBR Sidoarjo Club.

2. Kepedulian Sosial Terhadap Masyarakat

Bakti sosial merupakan suatu bentuk kepedulian kepada pihak sosial atau dalam hal ini adalah masyarakat terutama golongan yang berhak untuk menerimanya. Kegiatan bakti sosila ini berbentuk pemberian bantuan seperti baju bekas, makanan, dan uang.

Proses membangun sebuah citra memang tidak mudah, butuh proses dan pembuktian terhadap masyarakat. Salah satu proses dalam mendekatakan komunitas motor CBR Sidoarjo Club yakni salah satunya dengan cara melakukan kepedulian sosial seperti membantu para korban bencana alam. Komunitas motor CBR turun langsung untuk membantu para korban. Tujuannya untuk menujukkan terhadap masyarkat bahwa komunitas CBR ini memang baik dan peduli pada sekitar.

Betapa pentingnya proses bakti sosial ini, dikarenakan komunitas motor CBR Sidoarjo berdiri ditengah-tengah masyarakat jadi bagaimanapun harus menujukkan sikap dan perilaku postif yang terpenting tidak merugikan masyarakat sekitar dan tidak lagi membuat masyarakat resah dengan adanya klub motor.

karena tidak selamanya klub motor itu buruk.Dengan mengadakan kepedulian sosial terhadap masyarakat, berharap komunitas motor CBR Sidoarjo Club lebih dikenal oleh masyarakat dengan citra yang baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan mengadakan kegiatan seperti ini berharap masyarakat tidak mempunyai fikiran tentang klub motor itu buruk. Adanya kegiatan seperti ini berharap masyarakat tidak memandang buruk lagi tentang klub motor.

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Dalam menggali sumber data dalam mencapai sebuah kesimpulan yang tepat serta objektif, dalam bab ini peneliti akan melakukan konfirmasi dan analisa dari beberapa data yang telah ditemukan dilapangan dengan teori yang menjadi pokok landasan dalam penelitian ini, seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Maka dalam melakukan analisa tersebut, perlu diketahui terlebih dahulu bahwa penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif.

Dari beberapa data yang telah ditemukan, peneliti dapat mengetahui bahwa dalam pembentukan citra pada masyarakat. Untuk menguji kebenaran dari hasil yang telah ditemukan, dengan ini peneliti akan mencocokkan atau mengkonfirmasi hasil temuan dengan teori yang peneliti gunakan yakni teori TIR (Teori Image Restoration)[139] memperbaiki citra dan reputasi.

Dalam bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa Citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok kepentingan yang berbeda. Citra adalah cara dunia sekeliling kita memandang kita. Saat ini perusahaan atau organisasi dan orang - orang yang mengelolanya sangat sensitif menghadapi publik

[139] Rachmat Kriyantono, *Teori-teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal Aplikasi Penelitian dan Praktik*, (Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri, 2014), hlm. 229

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mereka yang kritis. Sehingga banyak perusahaan atau lembaga memahami sekali perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan atau organisasi. Begitu juga dengan komunitas motor CBR Sidoarjo Club dalam pembentukan citra di masyarakat dengan berbagai cara yakni salah satunya adalah rolling silaturahmi, kegiatan silaturahmi tidak hanya mempererat persaudaraan antara satu sama lain, tetapi bertujuan untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa komunitas motor CBR Sidoarjo Club selalu menjaga perilaku-perilaku positif sehingga komunitas motor CBR Sidoarjo Club dianggap baik oleh masyarakat serta keluarga anggota komunitas Motor CBR Sidoarjo Club.

Sebagaimana Teori Image Restoration, untuk menjaga dan merestorasi reputasi dan memengaruhi persepsi masyarakat tentang pemberitaan bahwa klub motor merupakan merugikan masyarakat. Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club merubah persepsi masyarakat dengan cara menunjukkan perilaku-perilaku positif yang dilakukan oleh Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club.

Dengan merubah persepsi masyarakat yang buruk tentang klub motor, berbagai cara telah dilakukan oleh Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club untuk meyakinkan kepada masyarakat bahwa klub motor tidak merugikan masyarakat. Bukti bahwa klub motor tidak merugikan masyarakat yakni dengan cara mematuhi rambu-rambu lalu lintas, santun dijalan, saling sapa antar komunitas , mempunyai etika berkendara yakni dengan tidak mengganti knalpot standart dengan knalpot broong, karena

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari suara knalpot broong bisa membuat bising masyarakat, dan tidak mengganti spion standart dan lain sebagainya. Berbeda dengan geng motor, mereka selalu melakukan hal-hal negatif yang dapat merugikan masyarakat, sehingga masyarakatpun resah dengan adanya geng motor.

Berharap masyarakat bisa membedakan antara klub motor dan geng motor. Karena kebanyakan klub motor baik menjadi buruk ketika masyarakat tidak bisa membedakan. Padahal tidak seperti itu, perlu diketahui bahwa klub motor dan geng motor adalah berbeda. Banyak yang membedakan antara klub motor dan geng motor yakni, bisa diketahui oleh perilaku yang dilakukannya , terutama perilaku yang ditunjukkan kepada masyarakat sangat berbeda antara klub dan geng motor.

Karena dalam membuat citra yang baik tidak mudah. Perlu adanya berbagai cara agar masyarakat sekitar benar-benar yakin bahwa klub motor memang klub yang kebanyakan memiliki legalitas komunitas.

Mengubah persepsi masyarakat dari buruk menjadi baik membutuhkan waktu dan perlahan-lahan agar masyarakat benar-benar yakin dan tidak mempunyai pikiran buruk tentang klub motor. banyaknya klub motor terdaftar di Polres merupakan salah satu poin untuk meyakinkan masyarakat dan tidak membuat masyarakat ragu malah membuat yakin bahwa klub motor merupakan klub yang selalu melakukan hal-hal yang tidak merugikan masyarakat.

Salah satunya komunitas motor CBR Sidoarjo Club, merubah persepsi masyarakat dari buruk menjadi baik. Menunjukkan hal-hal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sederhana, seperti Rolling Silaturahmi kepada keluarga anggota komunitas motor CBR Sidoarjo Club yang merupakan kegiatan yang postif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan analisis data yang telah dilakukan peneliti sesuai dengan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam mengetahui Bagaimana cara komunikasi Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club dalam membangun citra di masyarakat.

Dapat ditarik kesimpulan bahwasannya dalam membangun sebuah citra yakni tidak mudah membangun sebuah citra di tengah-tengah masyarakat yang mempunyai pandangan bahwa klub motor dan geng motor adalah sama. Padahal berbeda, yakni klub motor mempunyai tujuan yang jelas dan mempunyai perilaku-perilaku postif, berbeda dengan geng motor yakni, suatu kelompok yang tidak mempunyai tujuan yang jelas, memiliki perilaku negatif , dan yang jelas sangat merugikan masyarakat.

Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club dalam proses membangun sebuah citra ditengah-tengah masyarakat yakni dengan cara Rolling Silaturahmi, kegiatan ini bertujuan untuk menjalin keakraban antar anggota dan keluarga anggota agar kelompok motor CBR Sidoarjo Club lebih dikenal dan diterima di masyarakat dengan baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rekomendasi

Setelah pengolahan data, analisis hingga yang terakhir rekomendasi. Rekomendasi ini diharapkan bisa dijadikan sebagai masukan bagi pihak-pihak

yang memiliki kepentingan terhadap penelitian ini adapun rekomendasi yang disebut sebagai berikut yakni :

1. Saran untuk Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club :
   a. Agar tetap mempertahankan perilaku positif kepada masyarakat agar masyarakat tau bahwa klub motor tidak seburuk apa yang ada dibenaknya.
   b. Agar tetap menjalin keakraban kepada masyarakat, agar masyarakat tau bahwa Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club benar-benar komunitas yang baik dan tidak merugikan masyarakat.
2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya :
   a. Agar lebih mendalam dan teliti dalam memperoleh data yang akurat.
   b. Hendaknya penelitian selanjutnya dapat meneliti, dan memperdalam kembali mengenai Komunitas Motor CBR Sidoarjo Club di Kota lain. Karena penelitian ini masih belum dapat memberikan hasil yang maksimal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Alvin A, Goldberg. 2006. *Komunikasi Kelompok.* Universitas Indonesia

Anshorie, Asep. 2015. "Peranan Komunikasi Kelompok Dalam Menciptakan Keharmonisan Antar Anggota Komunitas Pengajian Barokah Sekumpul Mushol Ar-Raydah Loa Bakung Samarinda". Fisip Universitas Mulawarman

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Hubungan Masyarakat*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Firmansyah, Rakhmad. 2014 "Gaya Hidup Komunitas Motor Jupiter di Surabaya. Surabaya

Hermaini. 2016. *Psikologi Kelompok Integrasi dan Islam.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Hp, Rosmawanty. 2010. *Mengenal Ilmu Komunikasi.* Widya Padjajaran

https://Kumparan.com./Rini-Friastuti/geng-motor-pemuda-tanggung-di-jakarta-yang resahkan-warga. 22 Mei 2017.

Jayanti, Nadia Ayu. 2015. " Komuikasi Kelompok "Social Climber" Pada Kelompok Pergaulan Townsquare (*Sutos)*. Surabaya

Jefkins, Frank. 1995. *Public Relations Edisi Keempat.* PT Gelora Aksara Pratama

Jim Ife dan Tesoriero. *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi.* Community Development

Kriyantono, Rachmat 2014. *Teori-teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal*. Jakarta: Kencana

Liliweri, Alo. 2006. *Sosiologi & Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mappiare, Andi. 1982. *Psikologi Komunikasi.* Surabaya: Usaha Nasional

Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Moore, Frazier. 1987. *Hubungan Masyarakat.* Remadja Karya CV

Mudjiono, Yoyon. 2014. *Ilmu Komunikasi.* Surabaya: Jaudar Press

Ruslan, Rosadi. 2002. *Manajemen Humas dan Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Sendajaja, Sasa Djuarsa. 1993. *Teori Komunikasi.* Jakarta: UT

Sholeh Soemirat dan Elvinaro. 2003. *Dasar-dasar Publik Relations.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Surya,Tomi. 2016. " Komunikasi Kelompok Komunitas Enlightened OIngress Surabaya dalam Program Fun Ingress. Surabaya

Tumewu, dkk. 2014. *Personal Brand-Inc.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Tutisari Ririn Puspita. 2016. "Komunikasi Dalam Komunikasi Kelompok" Yogyakarta.

Widjaja, Aw. 1986. *Komunikasi.* Jakarta: Bina Aksara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id