

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial, dalam sejarahnya manusia membutuhkan hubungan timbal balik diantara individu yang satu dengan individu yang lainnya, individu dengan kelompok, serta kelompok dengan kelompok. Salah satu bukti bahwa manusia merupakan makhluk sosial adalah dengan munculnya beberapa komunitas yang ada dimasyarakat, salah satunya adalah komunitas motor. Berkembangnya komunitas motor di Indonesia sedikit telah banyak mengubah nuansa gaya hidup dan pergaulan anak muda saat ini. Sebagai anak bangsa yang cinta perdamaian dan haus akan persaudaraan, maka dengan adanya wadah atau tempat dalam komunitas motor membawa banyak nilai-nilai positif, tetapi semua dikembalikan pada misi dan nilai-nilai yang menjadi prinsip dari komunitas itu sendiri. Namun secara universal, komunitas yang ada di Indonesia bertujuan untuk menjalin rasa persaudaraan, menjalin silahturrahmi antara komunitas dan masyarakat (Hidayati et al., 2020).

Komunitas motor di Indonesia sering kali dianggap menjadi masalah sosial di masyarakat. Hal tersebut dikarenakan banyak komunitas motor yang sering kali bersikap arogan dan anarkis pada saat berada di jalan raya, sehingga kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas-komunitas motor dianggap mengganggu ketertiban umum dan juga masyarakat (Putri & Amelia, 2022). Tetapi meskipun begitu, didalam kenyataanya tidak semua komunitas motor di Indonesia

memiliki tindakan yang dapat merugikan masyarakat. Salah satunya adalah Yamaha R15 *community* Baturaja (YRCB) yang ada di Baturaja Kabupaten OKU. Club ini merupakan komunitas motor yang didirikan pada tanggal 4 Januari 2018 yang memiliki 40 anggota (YRCB, 2024). Yamaha R15 *community* Baturaja (YRCB) salah satu komunitas motor yang cukup dihormati oleh Komunitas motor lain. Hal ini dikarenakan club motor ini memiliki misi yang berbeda dengan club motor lainnya yaitu selalu ada untuk yang membutuhkan, club ini akan ikut berpartisipasi dalam setiap kegiatan kemanusiaan di Kabupaten OKU dan siap memberikan dukungan baik materi maupun tenaga. Selain itu Alfin Angello Saputra sebagai ketua club menjelaskan bahwa Yamaha R15 *community* Baturaja (YRCB) disegani oleh komunitas lain karena dianggap kompak dan solid antar sesama anggota. Ada beberapa syarat untuk menjadi anggota club yaitu harus memiliki motor Yamaha R15, 3 minggu harus hadir dalam pertemuan wajib komunitas motor tersebut, satu kali mengikuti agenda touring komunitas tersebut.

Individu mengikuti komunitas motor dengan alasan mencari wadah atau tempat untuk menyalurkan hobinya. Ada tiga motif seseorang menjadi anggota Komunitas motor, yaitu untuk menambah teman sebagai bentuk interaksi dengan individu lain yang bertujuan untuk membentuk persaudaraan serta menambah wawasan, pelopor keselamatan berlalu lintas dengan cara memberikan contoh yang baik kepada masyarakat, memiliki hobi dalam mengendarai motor (Islam & Indrawati, 2020). Individu yang bergabung dengan Komunitas motor akan memiliki rasa persaudaraan yang tinggi dengan anggota Komunitas motor lainnya.

Kesuksesan sebuah organisasi maupun kelompok sangat dipengaruhi oleh kapabilitas dan kompetensi pada masing-masing individual, dan faktor kerjasama antar tim pada organisasi maupun kelompok. Dalam menjalin kerjasama yang baik untuk mencapai suatu tujuan diperlukannya sebuah komunikasi. Suatu komunikasi dapat berjalan dengan efektif karena adanya sebuah strategi dalam komunikasi. Strategi komunikasi menjadi penentuan keberhasilan dalam komunikasi. Menurut pada setiap komunikasi memiliki proses komunikasi. Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2019).

Komunikasi merupakan sebuah proses yang rumit. Sehingga diperlukan strategi komunikasi untuk mengurangi adanya penghambat dalam proses komunikasi. Strategi komunikasi digunakan untuk mengurangi adanya hambatan dalam komunikasi, dan penerimaan pesan yang cenderung kurang. Strategi merupakan sebuah rencana mengenai kegiatan yang mencapai sasaran, sedangkan komunikasi merupakan pengirim dan penerimaan pesan atau informasi dari satu orang ke orang lain sehingga pesan dapat dipahami. (Rokhim et al., 2022).

Strategi komunikasi memiliki makna yang luas namun tujuan dari adanya strategi komunikasi sama yaitu agar informasi dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh sasaran (Asri, 2022). Melalui strategi di harapkan lebih efektif dan efisien dalam menemukan jalan tercepat dan paling tepat dalam mencapai tujuan pesan. Tujuan strategi komunikasi sendiri yaitu meningkatkan efektivitas komunikasi, membantu tercapainya tujuan komunikasi meliputi ketepatan target

sasaran efek yang akan ditimbulkan serta feedback yang diharapkan, meningkatkan efektifitas pesan dalam komunikasi. Dan mengurangi potensi hambatan komunikasi sehingga dapat menjadi peluang mengurangi kegagalan.

Pada penelitian ini peneliti memilih strategi komunikasi sebagai subyek utama karena dalam sebuah komunikasi apalagi dalam komunikasi sebuah komunitas perlu menggunakan strategi komunikasi yang efektif agar mengurangi adanya *miscommunication* dalam komunikasi, sehingga pesan yang diterima oleh komunikan dapat diterima dengan baik dan efektif. Komunitas motor sering kali di nilai buruk oleh masyarakat. Komunitas motor dikenal dengan ugol-ugolan dan urakan. Memiliki nilai yang diburuk dimata masyarakat. Masyarakat menilai setiap komunitas motor itu terkesan dengan hal-hal yang buruk.

Berkembangnya komunitas motor di berbagai wilayah, dan sudah banyak terjadi kejadian-kejadian yang muncul seperti tawuran antar komunitas motor yang mengakibatkan kerusakan tidak secara fisik saja namun juga merusak fasilitas umum. Aksi ugol-ugolan dan balapan liar di jalanan sehingga banyak masyarakat yang memandang komunitas motor itu buruk dan resah akan kehadiran komunitas motor. Banyaknya kejadian motor yang membuat resah masyarakat. Banyaknya kegiatan yang anarkis yang terjadi akibat komunitas motor membuat citra komunitas motor menjadi buruk (Laksana et al., 2023).

Citra merupakan tujuan dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai. Walaupun citra merupakan sesuatu yang abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, namun wujudnya dapat dirasakan dari hasil penelitian baik dan buruk yang datang dari khalayak atau masyarakat luas.

Penilaian atau tanggapan tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (*respect*), kesan-kesan yang baik yang berakar pada nilai-nilai kepercayaan (Abidin et al., 2019). Keinginan sebuah komunitas untuk mempunyai citra yang baik pada publik sasaran berawal dari pengertian yang tepat mengenai citra sebagai stimulus adanya pengelolaan upaya yang perlu dilaksanakan. Ketepatan pengertian citra agar komunitas dapat menetapkan upaya dalam mewujudkannya pada obyek dan mendorong prioritas pelaksanaan. Bagaimana sebuah komunitas membuat citra yang positif adalah salah satu perhatian perusahaan. Pentingnya citra sebuah komunitas dikarenakan citra positif dapat memberikan kemudahan bagi komunitas untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif, sedangkan citra negatif sebaliknya (Reza & Harahap, 2022).

Beberapa peneliti terdahulu juga telah melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi untuk meningkatkan citra positif di masyarakat seperti pengertian dilakukan oleh Laksana et al., (2023), dengan judul “Strategi Komunikasi Organisasi Motor XTC Dalam Membangun Citra Positif Di Masyarakat Kota Serang”. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Bonowo (2020) dengan judul “Strategi Komunikasi Kelompok Club Trik Dalam Membentuk Citra Positif Di Lingkungan Masyarakat”, dan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Amelia (2020) dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Bikers Tumbuhan Pangkal Pinang Dalam Mewujudkan Visi Organisasi”. Ketiga penelitian ini sama-sama melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi organisasi untuk membangun citra positif di mata masyarakat. Hal yang membedakan dari penelitian yang peneliti lakukan dengan peneliti

sebelumnya dalam penggunaan pada teori perencanaan yang peneliti lakukan di mana teori ini lebih menekankan pada bagaimana strategi komunikasi club motor Yamaha R15 *Community* Baturaja (YRCB) dilihat dari penetapan tujuan, penyusunan rencana, motivasi, dan emosi dari club motor Yamaha R15 *Community* Baturaja (YRCB) dan anggotanya.

Dari latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai Strategi komunikasi Yamaha R15 *community* Baturaja (YRCB) dalam membentuk citra positif dilingkungan masyarakat Kabupaten OKU.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah “Bagaimana Strategi komunikasi Yamaha R15 *community* Baturaja (YRCB) dalam membentuk citra positif dilingkungan masyarakat Kabupaten OKU?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengetahui Strategi komunikasi Yamaha R15 *community* Baturaja (YRCB) dalam membentuk citra positif dilingkungan masyarakat Kabupaten OKU.

1.4. Manfaat Penelitian

Bedasarkan tujuan penelitian yang telah diambil peneliti, maka manfaat dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang strategi komunikasi khususnya Yamaha R15 *community* Baturaja (YRCB) dalam membentuk citra positif dilingkungan masyarakat Kabupaten OKU.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan member manfaat bagi:

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan bagi masyarakat mengenai kegiatan positif Yamaha R15 *community* Baturaja (YRCB).

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah referensi untuk peneliti selanjutnya khusus mengenai Strategi Komunikasi kelompok.