

Dinamika Sosial Komunitas Motor Vixion YVCI di Kota Sungai Penuh (Studi Fenomenologi: Komunitas di Jalan Muradi Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh Kabupaten Kerinci)

Nanda Aulia Rahman¹, Eka Vidya Putra²

^{1,2}Universitas Negeri Padang

Email: natzunara@gmail.com, ekavidyaputra@gmail.com

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana interaksi dalam sebuah komunitas dan bagaimana simbol yang dimiliki bisa menjadi sebuah hubungan sosial yang melahirkan kegiatan-kegiatan yang terus terjadi dan berulang pada komunitas Motor YVC-I Q (Yamaha Vixion Club Indonesia Chapter Kerinci). Permasalahan dianalisis dengan teori fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz. Pokok teori ini pengidentifikasian masalah dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, ini adalah suatu bagian dimana kesadaran bertindak (act) atas data inderawi yang masih mentah, untuk menciptakan sebuah makna. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan tipe studi deskriptif. Teknik pemilihan informan dengan teknik purposive sampling. Jumlah informan secara keseluruhan adalah 15 orang. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi, serta dianalisis dengan teknik analisis Bogdan dan Biklen. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa interaksi sosial komunitas Vixion YVCI Q (1) Kontak Sosial, (2) Komunikasi, Sedangkan mengenai simbol yang mereka miliki (1) Simbol Verbal, dan (2) Simbol Non Verbal.

Kata Kunci: *Interaksi sosial, Komunitas, Simbol*

Abstract

This article aims to describe how interaction in a community and how the symbols they have can become a social relationship that give birth to activities that keep happening and repeating themselves in the YVC-I Q Motorbike community (Yamaha Vixion Club Indonesia Chapter Kerinci). The problems were analyzed using the phenomenological theory put forward by Alfred Schutz. The point of this theory is the identification of problems from the world of meaningful sense experiences, this is a part where the consciousness acts on raw sensory data to create meaning. This research was conducted with a qualitative approach with a descriptive type of study. The technique of selecting informants using purposive sampling technique. The total number of informants is 15 people. The data were collected using interview and observation, analyzed using the analysis technique of Bogdan and Biklen. The results of this study reveal that the social interactions of the Vixion YVCI Q community are (1) Social Contact, (2) Communication, Regarding the symbols (1) Verbal Symbols, and (2) Non Verbal Symbols.

Keywords: *Community, Social interaction, Symbol*



Received: January 18, 2021

Revised: January 21, 2021

Available Online: January 22, 2021

Pendahuluan

Komunitas merupakan suatu kelompok yang di dalamnya setiap anggota disatukan oleh persamaan visi dan misi serta tujuan. “dalam ruang lingkup komunikasi, komunitas masuk kedalam konteks komunikasi organisasi dimana individu yang bersama-sama melalui hirarki pangkat dan pembagian kerja mencapai tujuan tertentu” (Rogers, 2005). Tujuan yang hendak di capai merupakan alasan yang melatarbelakangi terbentuknya komunitas. Komunitas terbentuk berdasarkan kesamaan yang mereka miliki seperti kesamaan hobi sehingga terbentuknya komunitas Hijaber, komunitas Mobil Antik, komunitas Sepeda Motor dan masih banyak komunitas-komunitas yang lainnya.

Dalam konteks sosial, Identitas kelompok merupakan sesuatu yang dimiliki bersama oleh suatu komunitas atau kelompok masyarakat tertentu yang sekaligus membedakan komunitas itu atau kelompok masyarakat itu berbeda. Sepeda motor menjadi pertimbangan utama seseorang dalam efisiensi dan mobilitasnya, Sepeda motor menjadi citra dan menjadi hobi bagi pemiliknya, dari sinilah masyarakat yang dalam hal ini pengguna sepeda motor mulai mencari tempat atau wadah untuk menyalurkan hobinya yang kemudian membentuk kelompok-kelompok pecinta sepeda motor yang lebih sering kita dengar sekarang dengan sebutan komunitas motor atau club motor. Berangkat dari sinilah yang kemudian banyak bermunculan dan berkembangnya beragam komunitas motor dengan karakteristik dan ciri khas yang berbeda-beda” (Firmansyah & Handoyo, 2014).

Berbicara tentang komunitas sepeda motor, Komunitas motor merupakan salah satu bentuk kelompok sosial yang menjadi wadah untuk berkumpul dan berinteraksi bagi individu-individu yang memiliki ketertarikan dan hobi yang menggunakan sepeda motor sebagai medianya. Beberapa tahun belakangan ini, makin menjamur komunitas-komunitas motor yang berkegiatan positif di kota besar maupun di pinggiran kota, kota kecil bahkan daerah-daerah di kabupaten. Orang-orang yang tergabung dalam komunitas motor atau menjadi anggota club motor biasanya di sebut dengan panggilan bikers atau anak motor untuk sebutan umum di masyarakat.

Community menunjukkan pada bagian masyarakat yang bertempat tinggal di suatu wilayah (dalam arti geografis) dengan batas-batas tertentu dimana faktor utama yang menjadi dasar adalah interaksi yang lebih intensif di antara para anggotanya. Dapat disimpulkan secara singkat bahwa komunitas adalah suatu wilayah kehidupan sosial yang di tandai oleh suatu derajat hubungan sosial yang tertentu. Dasar-dasar dari pada komunitas adalah lokalitas dan perasaan masyarakat setempat. Menurut Soejono Soekanto masyarakat setempat yang mendiami suatu desa, kota, suku, atau bangsa dapat di katakan sebagai *community* yang meliputi unsur-unsur perasaan komuniti (*community sentiment*) antara lain yaitu Seperasaan, Sepenaggungan dan Saling memerlukan satu sama lain. Manusia baru dapat dikatakan sebagai kelompok sosial apabila memenuhi syarat sebagai berikut:

Setiap anggota kelompok harus sadar bahwa ia merupakan bagian dari kelompok, Adanya hubungan timbal balik antara anggota kelompok, Adanya persamaan dalam hal seperti nasib, kepentingan, tujuan, tersruktur, dan memiliki pola prilaku (Rena, 2017).

Komunitas motor memiliki sebuah semboyan, semboyan tersebut adalah “*All Bikers is Brother*”, semboyan ini secara harfiah berarti semua pengendara sepeda motor adalah saudara. semboyan ini di pegang teguh oleh para bikers dalam komunitas motor mereka, karena dalam berinteraksi dengan komunitas lain di luar komunitas mereka semboyan inilah yang menjadi modal yang dapat mendekatkan mereka. Sehingga diantara komunitas-komunitas yang ada mereka saling mengenal dan saling bertegur sapa satu dengan yang

lainnya dan oleh sebab itu muncullah rasa persaudaraan (*brotherhood*) yang kental diantara sesama komunitas.

Fakta club motor sering di tunjukkan dengan kebersamaan dan kekompakan mereka. Dan tidak cuma itu saja, komunitas club motorpun mempunyai visi dan misi yang mereka buat. Dalam komunitas ini mereka selalu nongkrong bersama di tempat yang ramai atau bascame agar bisa di lihat masyarat sekaligus ajang silaturahmi kepada club motor lain yang sedang melintas ataupun hanya sekedar nongkrong. Nomor motor mereka juga jelas dan tercatat dalam kepolisian sebagai wadah perkumpulan club motor. Club motor biasanya beranggotakan orang-orang yang mempunyai hobi terhadap motor. Tidak sedikit pula komunitas club motor di bawah bendera pabrik motor dan mempunyai nama dengan merek pabrikan.

Pengertian dan pemahaman kebersamaan mereka inilah yang menjadi ciri dari club motor itu. Kebersamaan yang mereka tunjukkan menjadi salah satu bukti bahwa dalam komunitas harus ada kepercayaan dan kebersamaan. Misalnya, saat ada bencana alam mereka juga ikut membantu secara materil maupun juga non materil. Mereka melakukannya dengan kebersamaan dan kekompakan mereka dalam satu komunitas club motor. Kebersamaan itu juga mereka terapkan pada saat wisata bersama sepeda motor (*touring*). Mereka dalam aktifitas *Touring* selalu memberi tanda atau simbol-simbol untuk selalu tertib di jalan raya.

Dalam mempermudah aktifitas *touring* mereka selalu berinteraksi dengan alat komunikasi handphone dengan menggunakan aplikasi Google Maps. Namun penggunaan Google Maps tidak menyediakan fitur untuk yang bisa menunjukkan tanda pada saat anggota kelompok yang salah jalan atau tertinggal, sehingga tidak dapat terdeteksi oleh aplikasi yang satu ini. Dengan demikian Road Captain atau pemimpin jalan tidak mengetahui akan hal itu yang menyebabkan keterlambatan sampai ke tujuan pada komunitas ini" (Anam M. K. dan Anwar, 2020).

Komunitas motor ini terjadi karena perkembangan teknologi yang sangat pesat sehingga mengakibatkan berubahnya sikap, kebiasaan dan pola pikir masyarakat. Sebagai daerah yang cukup padat, Kota Sungai Penuh memiliki sarana dan prasarana transportasi yang memadai untuk menunjang aktivitas warga. masyarakat. Salah satunya adalah sepeda motor ini di jadikan sebagai wadah untuk berkumpul orang-orang yang suka bersosialisasi dan bersilaturahmi antar sesama pengguna sepeda motor di Kota Sungai Penuh.

Berkembangnya komunitas motor di Kota Sungai Penuh telah mengubah nuansa dan gaya hidup serta cara pergaulan anak muda saat ini. Sebagai anak bangsa yang cinta damai dan haus akan persaudaraan, maka dengan adanya wadah atau tempat dalam komunitas motor membawa banyak nilai-nilai positif, namun semua di kembalikan pada misi dan nilai-nilai yang menjadi prinsip dari komunitas itu sendiri.

Keanggotaan kelompok bertumpu pada nilai-nilai dan norma yang disetujui bersama, meskipun pertukaran berfungsi sebagai basis interaksi yang paling mendasar, akan tetapi nilai-nilai sosial yang diterima bersama, berfungsi sebagai media transaksi sosial bagi sebuah organisasi serta kelompok-kelompok sosial" (Poloma, 2007) dalam (Firmansyah dan Handoyo, 2014).

Georg Simmel yang dikutip dari Soejono Soekanto mengatakan bahwa mengambil ukuran besar-kecilnya jumlah anggota kelompok, di lihat dari bagaimana individu dapat mempengaruhi kelompoknya serta interaksi sosial dalam kelompok tersebut (Soejono Soekanto, 2003). Kemudian Soejono Soekanto membedakan kelompok-kelompok sosial dalam beberapa faktor seperti kesadaran akan jenis yang sama, adanya hubungan sosial dan orientasi serta tujuan yang telah ditentukan. Maka untuk membentuk suatu kelompok suatu

hal yang penting selain perasaan akan jenis yang sama juga sangat dipengaruhi oleh tujuan yang sama.

Pengertian masyarakat sendiri adalah sekelompok orang yang mempunyai identitas sendiri, yang membedakan dengan kelompok lainnya, dan hidup di wilayah atau daerah tertentu secara sendiri. Dalam masyarakatpun banyak yang menonjolkan sifat individualnya. Individu tanpa masyarakat tidak berarti sama sekali, dan begitupun sebaliknya masyarakat tanpa individu juga tidak berarti apa-apa dan tidak memiliki peranan sama sekali.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana Interaksi dalam sebuah komunitas, dan bagaimana simbol yang dimiliki bisa menjadi sebuah hubungan sosial yang melahirkan kesepakatan bersama yang terus mendominasi dan melahirkan kegiatan-kegiatan yang terus terjadi dan berulang pada komunitas motor YVC-I Q (Yamaha Vixion Club Indonesia Chapter Kerinci).

Sepeda motor adalah alat transportasi yang sering digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, misalnya untuk mempermudah dan mempercepat Waktu seseorang dalam berpergian, mengantarkan barang dalam bentuk paket atau bingkisan. Dan seiring dengan perkembangan zaman dalam masyarakat modern seperti sekarang ini sepeda motor tidak hanya lagi sebagai alat transportasi semata. Sepeda motor pada zaman sekarang ini kerap kali di jadikan sebagai wadah untuk berkumpulnya para muda mudi dalam suatu komunitas motor.

Dasar-dasar komunitas adalah loyalitas yang di tanamkan kepada setiap anggota komunitas. Fakta komunitas motor sering ditunjukkan dengan kebersamaan dan kekompakan mereka. Tidak hanya itu saja, komunitas motor mempunyai visi dan misi yang mereka buat dan visi misi itu tidak melanggar undang-undang dan tetap patuh berlalulintas. Komunitas ini biasanya beranggotakan orang-orang yang mempunyai hobi motor, anggota komunitas terdiri dari usia, tempat, pekerjaan dan pribadi yang berbeda-beda yang di satukan oleh persamaan hobi yang mereka miliki.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schutz. Fenomenologi tertarik dengan pengidentifikasian masalah dari dunia pengalaman inderawi yang bermakna, ini adalah suatu bagian dimana kesadaran bertindak (act) atas data inderawi yang masih mentah, untuk menciptakan sebuah makna (Nindito, 2013).

Menurut schutz, Cara kita mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman ialah melalui proses tipikasi. Dalam hal ini termasuk membentuk penggolongan atau klasifikasi dari pengalaman dengan melihat kesamaannya. Saya melihat bahwa objek-objek tertentu mempunyai ciri-ciri khusus, bahwa mereka bergerak dari tempat ke tempat, Sementara lingkungan sendiri tetap diam (Zetlin, 1998). Jadi, kita menemukan apa yang schutz sebutkan sebagai "hubungan-hubungan makna" (meaning konteks), serangkaian kriteria yang dengan kita mengorganisir pengalaman inderawi kita ke dalam suatu dunia yang bermakna. Menurut schutz tindakan manusia di tentukan oleh makna yang dipahami tentang sesuatu yang memotivasi manusia untuk bergerak untuk melakukan sebuah tindakan yang memiliki alasan tertentu.

Keterkaitan teori ini dengan masalah penelitian saya yang berjudul *Dinamika Sosial Komunitas Motor Vixion YVCI di Kota Sungai Penuh*, Mereka melakukan tindakan yang didasari oleh rasa ingin tahu dan pengalaman sebagai anggota masyarakat dalam mencari sebuah arti atau makna dalam kehidupan. Oleh karena itu saya menggunakan teori fenomenologi untuk mengetahui bagaimana *Dinamika Sosial Komunitas Motor Vixion YVCI di Kota Sungai Penuh* (Kerinci).

Batasan Konseptual yang digunakan dalam penelitian ini yang pertama yaitu motif yang secara epistemologi, motif dalam bahasa Inggris *motive* yang berasal dari kata *motion* yang berarti “gerak”, yakni gerakan yang dilakukan oleh manusia, atau disebut juga perbuatan atau tingkah laku. Istilah motif mengacu pada sebab atau mengapa seseorang berperilaku.

Motif adalah dorongan yang menggerakkan seseorang bertingkah laku dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi manusia. Motif juga dapat dikatakan sebagai daya penggerak dalam, dan di dalam subyek yang dapat melakukan aktifitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Kata motif ini terbentuk dari kata motivasi, motivasi mengandung tiga komponen pokok yaitu menggerakkan, mengarahkan, dan menopang tingkahlaku manusia. Tujuan motivasi secara umum adalah untuk menggerakkan atau menggugah diri seseorang untuk melakukan sesuatu sehingga dapat memperoleh hasil atau mencapai tujuan tertentu (Setiadi & Kolip, 2011).

Kedua yaitu komunitas motor, Komunitas adalah suatu kelompok setempat (lokal) yang dimana seseorang melaksanakan segenap kegiatan (aktifitas) kehidupannya. Menurut Hilley Jonassen komunitas adalah sekelompok orang yang hidup di dalam suatu wilayah tertentu, yang memiliki pembagian kerja yang berfungsi khusus dan saling berketergantungan satu sama lainnya dan memiliki sistem sosial-budaya yang mengatur kegiatan para anggotanya, yang mempunyai kesadaran dan perasaan memiliki, serta mampu bertindak secara kolektif dengan cara yang teratur.

Sepeda motor adalah kendaraan bermotor beroda dua atau tiga, tanpa rumah-rumah, baik dengan atau tanpa kereta samping (PP No. 44 Tahun 1993 tentang kendaraan dan pengemudi). Komunitas motor adalah suatu wadah perkumpulan orang-orang yang memiliki tujuan tertentu didalamnya dan juga menjadi tempat aspirasi para anggota untuk mengutarakan keinginannya berdasarkan musyawarah dan mufakat serta kesepakatan bersama dalam mengambil sebuah keputusan.

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Robi Febri (2012) Universitas Andalas Padang skripsi solidaritas sosial komunitas vespa “rang awak” di kota Padang, yang bertujuan untuk mengetahui faktor pendorong terbentuknya solidaritas sosial pada komunitas vespa awak, dan untuk mengetahui faktor paling dominan membentuk solidaritas sosial pada komunitas vespa rang awak. Menyimpulkan bahwa faktor pendorong terbentuknya solidaritas sosial dari dalam komunitas vespa rang awak adalah ada dari dalam komunitas dan ada yang di luar komunitas. Dari dalam komunitas antara lain touring, iuran bulanan, merayakan hari suka cita, membantu dalam mengatasi masalah, penawaran kerja anggota. Sedangkan dari luar komunitas adalah tempat tinggal, pekerjaan, konflik, gaya hidup dan hobi. Faktor paling dominan membentuk solidaritas sosial pada komunitas vespa rang awak antara lain adalah doktrinitasi dan hobi. (Febri, 2012). Selanjutnya skripsi dari Bayu Wahyudi Universitas Andalas Padang (2011) yang berjudul ikon dan simbol yang digunakan oleh komunitas motor di kota Padang. Penelitian terhadap komunitas motor ini di latar belakang oleh adanya penggunaan ikon dan simbol yg digunakan oleh komunitas motor di kota Padang. Masalah penelitian ini adalah ikon dan simbol apa sajakah yang digunakan oleh komunitas motor di kota Padang dan apa makna dari ikon dan simbol dari komunitas motor di kota Padang. Simbol yang terdapat di komunitas salah satunya yaitu berbentuk perisai yang menggambarkan harapan semoga anggota di komunitas tersebut dapat memperisai diri dari hal-hal negatif. (Wahyudi, 2011). Selanjutnya Skripsi dari Febrian Dicki Setyawan (2016) Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta. yang berjudul Solidaritas Sosial Anggota Komunitas Motor Honda Classic

Magelang (HCM) “CUB Series” dalam penelitian ini penulis membahas tentang pola solidaritas yang dimiliki komunitas Honda Clasik Magelang (HCM)”Cub Series” Solidaritas dalam komunitas ini meliputi solidaritas internal dan solidaritas eksternal. Solidaritas internal mencakup hubungan sosial yang terjadi sesama anggota komunitas Honda Classic Magelang(HCM). Solidaritas eksternal mencakup hubungan sosial antara HCM dengan komunitas honda klasik lain. (Setyawan, 2016).

Dari beberapa penelitian tersebut, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu penelitian ini mendeskripsikan bagaimana komunitas motor Vixion YVCI memaknai simbol yang mereka miliki dalam interaksi sesama anggota, selain itu juga untuk mendeskripsikan simbol ini berkontribusi terhadap identitas orang-orang yang sudah tergabung ke dalam komunitas YVCI Chapter Kerinci.

Metode Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di di Kota Sungai Penuh (Kerinci), tepatnya di Jalan Muradi Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh Kabupaten Kerinci lokasi ini dipilih karena komunitas motor Vixion YVCI-Q ini berkumpul di toko Aksesoris Motor milik salah satu member YVC-I Q. Penelitian yang dilakukan melalui pendekatan kualitatif. Peneliti memilih pendekatan ini karena pendekatan ini direalitas sosial yang ingin diteliti secara mendalam dengan menggunakan data kualitatif berupa kata-kata dan kenyataan. Dalam penelitian kualitatif ini data dan informan ditelusuri seluas-luasnya (dan sedalam mungkin) sesuai dengan variasi yang ada, sehingga dengan cara tersebut peneliti dapat mendeskripsikan fenomena yang terjadi secara keseluruhan. Penelitian ini adalah tipe penelitian penelitian studi deskriptif, ini dilakukan karena memahami tingkah laku manusia, yang mana tingkah laku manusia memiliki keberagaman makna bagi pelakunya, sehingga melalui deskriptif memungkinkan peneliti dapat melukiskan sebagaimana dipahami oleh masyarakat yang diteliti (*emic*), pemahaman masyarakat dapat diketahui dengan menggunakan konsep-konsep bahasa masyarakat setempat. Sehingga dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang Dinamika Sosial komunitas motor YVCI-Q di Kota Sungai Penuh.

Informan dalam penelitian terdiri dari 15 orang informan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Untuk mewujudkan data yang akurat, terpercaya dan juga agar terwujudnya data yang valid, digunakan uji keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi data. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis data menggunakan tahap analisis menurut Bogdan dan Biklen dalam moleong (Gunawan, I. 2016).

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini mengungkapkan pengetahuan masyarakat mengenai komunitas motor Vixion YVCI di Jalan Muradi Kecamatan Pesisir Bukit Kota Sungai Penuh Kabupaten Kerinci yang memiliki visi (menjunjung solidaritas kekeluargaan dan persatuan pecinta otomotif pada umumnya dan pecinta Yamaha Vixion pada khususnya, menjadikan organisasi yang memiliki kesadaran sosial yang tinggi, mempererat tali persaudaraan antar club-club motor, menjadikan YVCI sebagai wadah organisasi yang berkegiatan positif bagi para bikers serta diharapkan bisa menjadi contoh bagi masyarakat dalam etika berkendara yang baik dan benar sesuai dengan peraturan yang berlaku) dan misi (menjadi wadah komunikasi dan aspirasi pecinta Yamaha Vixion Club, menjalin silaturahmi di masyarakat umum dan anggota YVCI, menjadi club motor yang bersifat positif dan berorientasi pada sikap profesional,

menekankan dan meningkatkan kesadaran akan kelengkapan dalam menjaga ketertiban berlalu lintas).

Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan bagian dari suatu proses sosial yang terjadi dalam sebuah kelompok sosial seperti YVCI. Interaksi sosial sendiri adalah hubungan timbal balik antara dua orang atau lebih dalam aspek-aspek sosial yang ada di masyarakat. Proses berpikir dalam interaksi sosial antar anggota club terjadi kepada keseluruhan anggota club. Oleh karena itu proses peralihan dari seorang calon anggota untuk menjadi anggota Club membutuhkan proses yang tidak mudah seperti halnya konsep stimulus yang langsung mendapatkan respon, dengan kata lain terdapat suatu proses sosial yang dimana hal tersebut akan terjadi dengan adanya proses interaksi antar anggota” (Aldian wahyu pratama, 2019).

Interaksi sosial pada komunitas YVCI Q terjadi secara primer dan sekunder. Interaksi primer terjadi ketika dua orang atau lebih dari anggota kelompok secara langsung bertatap muka seperti saat rapat, kopdar, ataupun berkendara. Interaksi sekunder terjadi melalui media sosial atau alat komunikasi lain, dalam komunitas YVCI Q lebih banyak menggunakan media jejaring sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *E-Mail*, dan *Twitter*. Suatu interaksi sosial tidak akan bisa di sebut interaksi sosial apa bila tidak memenuhi dua unsur intraksi sosial yaitu:

Kontak

Kontak sosial bisa berupa tanggapan terhadap sebuah tindakan dari seseorang dalam berbagai cara yang menjadikan orang lain yang menerima tindakan tersebut melakukan sebuah tindakan pula sebagai akibat dari apa yang diterimanya” (Tejokusumo, 2014). Kontak sosial pada YVCI itu berjenjang yaitu dari anggota club dengan pengurus club, pengurus dengan pengurus, pengurus club dengan pengurus regional, pengurus regional dengan dewan pengurus pusat, dan begitupun sebaliknya. Kontak terjadi secara personal pada saat forum seperti rapat, kopdar gabungan, dan *event-event* kegiatan yang melibatkan anggota YVCI.

Berdasarkan jenisnya kontak sosial terbagi menjadi dua macam kontak sosial primer dan kontak sosial sekunder. Kedua jenis kontak ini juga terdapat pada komunitas YVCI. Kontak sosial primer terjadi pada saat rapat, kopdargab dan kegiatan kegiatan lain yang di mana kontak terjadi secara langsung atau tatap muka (*face to face*). Kemudian kontak sekunder yang ada pada komunitas YVCI adalah ketika kontak tersebut terjadi melalui media. Contohnya melalui *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter*, *E-Mail* dan banyak lagi yang lainnya. Kontak ini wujudnya berupa reaksi dari suatu stimulus atau rangsangan yang bisa berupa perkataan dan tindakan.

Komunikasi

Komunikasi adalah proses pemaknaan atau penafsiran yang dilakukan untuk memberikan reaksi atas kontak yang telah dilakukan sehingga terjadilah sebuah interaksi yang sempurna. Komunikasi dalam konteks apapun adalah bentuk adaptasi lingkungan” (Mudjiono, 2012). Komunikasi sosial memiliki tiga unsur utama yaitu sumber informan (Receiver), saluran (media), dan penerima informasi (Audience). Komunikasi yang terjadi pada komunitas YVCI Q lebih banyak terjadi pada saat berkendara, artinya lebih kepada hal-hal yang bersifat teknis. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa berkomunikasi secara biasa juga sering terjadi.

Merujuk pada pendapat Burhan Bungin tentang sifat komunikasi (Burhan, 2006 : 57-58), Sifat dari komunikasi di bagi menjadi dua, yaitu bersifat subjektif dan kontekstual.

Temuan peneliti Pada komunitas YVCI Q, komunikasi subjektif terjadi pada saat komunikasi berlangsung secara biasa. Artinya, komunikasi berlangsung pada saat informan dan penerima informasi bertemu secara langsung atau melalui media yang digunakan ketika mereka tidak dalam keadaan sedang berkendara, misalnya pada saat forum, rapat, dan kopdar. Kemudian komunikasi bersifat kontekstual terjadi pada saat anggota YVCI berkendara seperti pada saat *touring* dan *roling city*.

Simbol dalam dalam Komunitas YVCI Q

Kata simbol berasal dari bahasa Yunani *Sym-ballein* atau *symbolos*. Simbol mempunyai arti, tanda atau ciri yang memberitahukan sesuatu kepada seseorang yang dapat dimaknai oleh seseorang tersebut” (Pramiyanti & Christin, 2014). Dimensi simbol dapat di lihat dalam berbagai bentuk, baik yang bentuk yang nyata maupun yang tidak nyata sebagai tanda dari adanya suatu nilai atau makna yang di tunjukkan oleh simbol itu sendiri. Ketika suatu kelompok terbentuk maka simbol dan aturanpun muncul melalui interaksi, yang dimana dari interaksi ini simbol-simbol tersebut digunakan dan dimaknai oleh seluruh anggota kelompoknya. Simbol memerlukan proses pemaknaan yang lebih intensif kepada seluruh anggota agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memaknai simbol yang diberikan rekan satu kelompok. Karena itu simbol-simbol berperan penting agar setiap anggota tanggap terhadap sesuatu” (Embon, 2018).

Simbol Verbal

Setiap komunitas motor memiliki simbol-simbol tertentu pada komunitasnya yang di tanamkan ke dalam diri setiap anggota nya. Jika simbol tersebut di operasionalisasikan ke dalam bentuk yang nyata seperti menonjolkan warna tertentu maka pada Komunitas YVCI yang identik dengan warna *orangenya*, warna di sini ialah suatu yang menandakan atau ciri khas yang di tonjolkan kumpulan komunitas tersebut dimana dengan menonjolkan warna menjadi identitas dari perkumpulan tersebut.

Selain warna yang di tonjolkan ada pula atribut yang menjadi ciri khas dari club motor yang dimana atribut sengaja dibuat dan digunakan oleh seluruh anggota club dengan tujuan penyeragaman dan menjadi identitas dari club itu sendiri, atribut dapat digunakan pada kegiatan club yang bersifat resmi seperti kopdar wajib, menghadiri *anniversary*, dan kegiatan-kegiatan resmi club lainnya, dengan adanya atribut ini menandakan simbol yang jelas bahwa club tersebut berbeda dengan club yang lain. Seperti yang di ungkapkan salah satu anggota komunitas motor YVCI Q Edi mengungkapkan bahwa:

“...Atribut yang kami gunakan ko adolah gunonyo sabagai simbol atau ciri dari komunitas kami nan mamedakan kami dari komunitas-komunnitas motor yang lainnyo nan manjadi sabuah kebanggan ta sendiri lo bagi kami...”
(Wawancara tanggal 2 Oktober 2020 dalam Bahasa daerah Minangkabau)

Artinya:

“...Atribut yang kami gunakan ini adalah gunanya sebagai simbol atau ciri dari komunitas kami yang mamedakan kami dari komunitas-komunitas motor yang lainnya yang menjadi sebuah kebanggak tersendiri pula bagi kami...”

Simbol Non Verbal

Norma (Norm)

Norma adalah sesuatu aturan atau nilai-nilai yang berlaku di masyarakat yang menjadi pedoman bagi seseorang untuk bertingkah laku dan memiliki sanksi. Norma sosial yang ada

pada komunitas YVCI Q secara tertulis tertuang kedalam anggaran dasar dan anggaran rumah tangga (AD/ART). Namun, untuk norma yang berlaku dalam interaksi sosial yang terjadi antar individu dan komunitas YVCI tidak ada aturan tertulis namun diasosiasikan secara lisan kepada individu dan komunitas YVCI.

Norma-norma yang ada di komunitas YVCI adalah sebagai berikut: Menjaga hubungan baik sesama anggota YVCI dan sesama komunitas lain, loyal terhadap YVCI dengan cara mengikuti agenda yang dia adakan YVCI, mengikuti dan menghormati keputusan yang telah di sepakati oleh sesama anggota YVCI, dan Ikut berpartisipasi dalam setiap kegiatan YVCI. Itulah beberapa norma yang berlaku di komunitas YVCI-Q yang dikemukakan oleh 001 abde yaitu pendiri dari YVCI Chapter Qincal. Sanksi dari pelanggaran norma di atas, seringkali bersifat lisan, dan jika sanksi tersebut tidak di laksanakan oleh si pelanggar norma, maka sanksi yang paling tegas adalah di keluarkan dari komunitas YVCI-Q.

Norma sosial dalam YVCI juga menjadi sumber kekuatan bagi YVCI-Q untuk bisa bertahan dalam perjalanan dua belas tahun organisasi ini di bentuk hingga sekarang di Kota Sungai Penuh. Karena, jika sebuah kelompok tidak punya sebuah pondasi yang dalam hal ini norma yang menjadi pedoman untuk para anggotanya maka kelompok itu akan hancur, tidak akan bisa bertahan dan apabila norma itu dilanggar oleh anggotanya yang tidak taat aturan maka perpecahan juga akan melanda kelompok tersebut. Norma ini berperan penting dalam sebuah kelompok yang menjadi pedoman dalam anggota berperilaku untuk mencapai tujuan bersama.

Kepercayaan (Trust)

Kepercayaan (Trust) merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh seseorang agar di terima dengan baik dalam suatu kelompok sosial. Salah satu kelompok tersebut adalah YVCI yang komunitas motor yang ada di Kota Sungai Penuh. Seseorang yang ingin bergabung dan diterima oleh komunitas YVCI harus mendapat kepercayaan dari anggota-anggota yang telah bergabung dengan YVCI dengan melewati suatu tahapan, tahapan yang pertama di YVCI di namai dengan Capros setelah itu Prospek dan kemudian setelah baru menjadi Anggota. Hal ini bertujuan untuk agar calon anggota beradaptasi terlebih dahulu sebelum memastikan diri untuk bergabung dengan komunitas YVCI dan juga nantinya akan dipantau lebih lanjut oleh pengurus club layak atau tidaknya sicalon anggota di lantik menjadi member YVCI. Hal ini di jelaskan oleh 018 Nandes selaku ketua YVCI-Q.

Bahasa Tubuh

Bahasa tubuh adalah salah satu simbol yang sering digunakan oleh komunitas YVCI Q. yang tercermin di saat mereka sedang berkendara pada saat *tourng* dan *rooling city*. Pada saat *touring* atau *Rooling*, *road captain* (pemimpin jalan) lah yang berperan aktif dalam memberikan simbol atau tanda mengenai kondisi jalan dengan gerak tubuhnya. Posisi *road captain* berada di paling depan rombongan, jadi ia lah yang wajib memberi simbol berupa gerak tubuhnya untuk direspon oleh rombongan yang di belakangnya sebagai sinyal atau arahan dari pemimpin jalan yang didepan untuk keselamatan bersama. Misalnya saja untuk simbol yang seperti tangan di angkat ke atas dan kemudian di ayunkan ke arah kiri ini merupakan tanda untuk rombongan berbelok ke arah kiri, dan semua rombongan akan mengikuti tanda tersebut dengan melakukan hal yang sama demi keselamatan peserta yang ada di belakangnya

Kesimpulan

Hasil temuan penelitian di lapangan tentang dinamika sosial pada komunitas Yamaha Vixion Club Indonesia Chapter Qincal (YVCI-Q), menunjukkan bahwa Yamaha Vixion Indonesia Chapter Qincal (YVCI-Q) adalah sebuah wadah berkumpulnya para penghobi motor Yamaha Vixion Pada khususnya dengan tujuan untuk menambah banyak teman, mencari pengalaman, dan menambah wawasan tentang otomotif. YVCI-Q bersifat dinamis seperti yang dapat dilihat pada warna dan atribut yang digunakan mereka sebagaimana tertulis pada filosofi logo YVCI itu sendiri. Interaksi sosial yang terjadi dalam komunitas YVCI-Q bersifat primer dan sekunder. Interaksi secara primer mereka mereka lakukan ketika sedang forum dan kopdar yang melakukan interaksi secara langsung (*face to face*), sedangkan interaksi sekunder dilakukan para anggota melalui media jejaring sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter*, *E-mail* dan sebagainya. Selanjutnya simbol sebagai identitas bagi anggota yang menjadi kebanggaan dari komunitas YVCI Chapter Qincal.

Simbol sebagai norma, Pada komunitas YVCI-Q, terdapat dua norma yang dapat di asosiasikan kepada anggota yaitu norma lisan dan tulisan. Norma lisan di gunakan sebagai pedoman berinteraksi antar angota YVCI. Norma tulisan digunakan untuk pedoman untuk menjalankan organisasi seperti yang tertulis pada anggaran dasar dan anggaran rumah tangga (AD/ART) YVCI.

Daftar Pustaka

- Aldian wahyu pratama. (2019). Interaksi Sosial Komunitas Motor CB150R Owner Krian Sidoarjo. *Jurnal*, 6(1), 6.
- Anam, M. K., & Anwar, R. (2020). Penerapan Aplikasi Pendukung Touring pada Komunitas Motor Berbasis Android. *Edumatic : Jurnal Pendidikan Informatika*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.29408/edumatic.v4i1.1980>
- Burhan, B. (2006). Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat. *Jakarta: Kencana Prenada Media Group*.
- Embon, D. (2018). Sistem Simbol Dalam Upacara Adat Toraja Rambu Solo : *Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 3(7), 1–10.
- Febri, R. (2012). *Soliaritas sosial komunitas vespa "Rang Awak" di Kota Padang*. Jurusan Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Andalas Padang.
- Firmansyah, R., & Handoyo, P. (2014). Gaya Hidup Komunitas Motor Jupiter Di Surabaya. *Paradigma*, 2(1), 1–9. <http://ejournal.unesa.ac.id/article/8945/39/article.pdf>
- Gunawan, I. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. *Pendidikan*, 27. http://fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2015/12/3_Metpen-Kualitatif.pdf
- Mudjiono, Y. (2012). Komunikasi sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 99–112.
- Nindito, S. (2013). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas dalam Ilmu Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 79–95. <https://doi.org/10.24002/jik.v2i1.254>
- Pramiyanti, A., & Christin, M. (2014). Makna Simbol Emotikon Dalam Komunitas Kaskus. *Jurnal Sositologi*, 13(2), 119–133. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2014.13.2.6>
- Rena, E. (2017). Komunitas K-POPERs Pekanbaru, Studi tentang pembentukan kelompok sosial. *Jom FISIP*, 4(2), 1–15.
- Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2011). Pengantar Sosiologi. *Jakarta. Prenada Media Group*.
- Setyawan, F. D. (2016). *Solidaritas sosial anggota komunitas motor Honda Clasik Magelang (HCM) "Cub Series"* Yogyakarta. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Tejokusumo, B. (2014). Dinamika Masyarakat Sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial. *Geoedukasi*, 3(1), 38–43.
- Wahyudi, B. (2011). *Ikon dan Simbol yang digunakan komunitas motor di Kota Padang Padang*. Universitas Andalas Kota Padang.
- Zetlin, M. (1998). *Memahami kembali sosiologi*. (Yogyakarta). Gajah Mada University Press.