

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan sebuah proses pengolahan pikiran, mendiskusikan makna, dan mengirimkan pesan secara bersamaan kepada individu maupun kelompok (Mulyana, 2010, p. 46). Komunikasi juga memiliki kemiripan dan kesamaan terhadap komunitas (*community*) yang menekankan kesamaan atau kebersamaan. Berlangsungnya proses komunikasi bertujuan untuk menjalin hubungan baik antara individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok. Komunikasi yang terjadi dalam komunitas berkaitan dengan sebuah kaidah, yang di dalamnya terdapat sebuah proses interaksi yang melibatkan tiga orang atau lebih dalam dimensi waktu yang terus-menerus dengan tujuan untuk mencapai tujuan bersama (Wood, 2016, p. 150).

Komunikasi juga berupaya mengurangi proses hambatan pada ruang, dan waktu karena setiap pelaku baik individu, maupun kelompok juga mempunyai keterlibatan penting yang memungkinkan untuk orang tidak harus mengalami proses pertemuan komunikasi secara langsung. (MA, 2018). Melalui keterlibatan teknologi komunikasi, proses komunikasi yang melibatkan ruang dan waktu bukan lagi menjadi hambatan yang utama (MA, 2018). Proses komunikasi yang terdiri dari individu yang saling berinteraksi sepanjang waktu, kemudian mengembangkan aturan yang mudah dipahami dan diikuti oleh anggota (Wood, 2016, p. 152). Komunikasi di dalam komunitas juga memberikan sebuah kesempatan yang sama

terhadap setiap anggotanya untuk menciptakan nilai atau *value* yang berdampak kepada setiap anggotanya, karena setiap anggota yang berada dalam komunitas juga membentuk rasa saling bergantung dan membutuhkan satu dengan lainnya Lumsden (Wood, 2016, p. 151).

Budaya Partisipatif juga dikaitkan sebagai bentuk budaya yang turut mengalami perkembangan pesat karena terdapat dukungan dari teknologi informasi dan media baru. Akses terhadap budaya partisipatif juga memberikan dampak positif bagi pembelajaran *peer to peer*, diversifikasi ekspresi budaya, pengembangan keterampilan, dan konsepsi kebudayaan setiap negara masing-masing yang lebih dimaknai (Jenkins, 2006). Partisipatif budaya yang dibentuk di dalam komunitas juga membentuk dukungan kuat untuk membuat sebuah kegiatan, dan berbagi pengalaman dengan orang lain. Anggota di dalam komunitas juga percaya bahwa kontribusi mereka sangat penting dalam merasakan hubungan sosial satu dengan lain dengan kegiatan seperti membuat dan mendistribusikan konten maupun unggahan aktivitas *online* (Jenkins, Purushotma, Weigel, Clinton, & Robison, 2009, p. 6). Dengan terlibatnya budaya partisipatif di dalam suatu komunitas secara langsung dapat mendukung pembentukan peran aktivitas anggota di dalam komunitas yang dulunya berinteraksi secara *offline*, namun kini mendapatkan dukungan aktivitas di media baru.

Gambar 1.1 Perbandingan aktivitas Rogue Cycling dengan B2W



Sumber 1 : Instagram @rogue.cycling, 02 Februari 2021

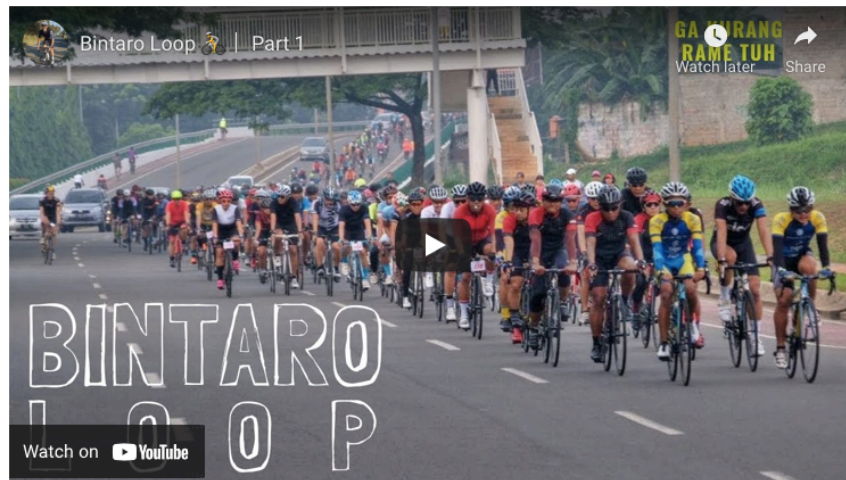
Sumber 2 : Instagram @b2w_indonesia, 03 Februari 2021

Perkembangan komunitas sepeda di tengah masyarakat juga turut menjadi perhatian, khususnya bagi pembentukan komunitas bersepeda yang saat ini banyak dibentuk. Hal yang mendasari untuk mengkaji serta menggunakan komunitas Rogue Cycling Club (ROCC) sebagai bagian dari riset adalah berdasarkan pada interaksi yang dibangun di dalam komunitas, yang tidak hanya terbatas pada komunikasi verbal melalui interaksi saat bersepeda, namun juga komunitas ROCC mampu mengembangkan interaksi verbal dan non-verbal secara aktif di media baru Strava sebagai pusat interaksi yang dinilai mampu menghasilkan data yang bermanfaat bagi kebutuhan pesepeda. Komunitas Rogue Cycling Club (ROCC) juga aktif dalam penggunaan media baru berbasis Strava yang digunakan setiap anggota di dalam komunitas untuk mengamati kemampuan mendasar dan teknik

yang dimiliki anggota. Hal tersebut yang menjadikan komunitas Rogue Cycling Club (ROCC) mampu membuat motivasi kepada setiap anggotanya untuk melakukan perjalanan bersepeda jarak jauh jenis *road bike* seperti Jakarta-Bandung, Jakarta-Anyer, dan Jakarta-Bali.

Komunitas sepeda jenis *road bike* seperti komunitas Rogue Cycling Club (ROCC), juga di dukung oleh gerakan moral yang tidak didasari oleh terbentuknya komunitas dan menjadi pendorong utama untuk memperhatikan kualitas jalan yang digunakan pesepeda, dan mengkampanyekan mengenai pemborosan energi, yaitu Bike to Work Community (B2W) yang dideklarasikan di Balaikota DKI Jakarta pada agustus 2005 (BIKE2WORKINDONESIA, n.d.). B2W turut berperan secara signifikan dalam memberikan contoh bagi perkembangan komunitas yang berdiri di tengah masyarakat, karena mereka melibatkan sebuah program dalam mendukung kegiatan bersepeda, salah satunya menjadikan sepeda sebagai alat transportasi yang efektif, serta mewujudkan jalur prioritas sepeda dan fasilitasnya di kota-kota besar.

Gambar 1.2 Komunitas Serupa Bintaro Loop Tangerang Selatan



Sumber : tikum.id, 19 Mei 2021

Adanya komunitas serupa berjenis *road bike* yang secara resmi didukung oleh PT. Jaya Realty Property, Tbk yang dibentuk sejak 01 September 2013, dengan diprakarsai oleh beberapa penghobi sepeda *jenis road bike* dan diketuai oleh Bapak Ade Wijaya yaitu Bintaro Loop, dengan visi menjadi wadah bagi komunitas bersepeda yang berlandaskan kebersamaan dan persaudaraan (Ali, 2021). Merujuk pada database *clubs* on Strava, anggota komunitas Bintaro Loop saat ini sudah mencapai dua ribu delapan ratus pesepeda, sehingga komunitas tersebut mampu menjadikan motivasi bagi komunitas lain untuk membentuk komunitas serupa di Bintaro, Tangerang Selatan (jpnn, 2019).

Bentuk komunikasi partisipatif yang dihasilkan komunitas Rogue Cycling Club (ROCC) kepada setiap anggotanya, mulai dari tahap afiliasi di dalam pembentukan *engagement* komunitas baik secara *offline* maupun *online* Strava dan diakhiri dengan tahapan ekspresi, yaitu pelaksanaan kegiatan bersepeda yang

disepakati komunitas terhadap setiap anggota yang berpartisipasi dalam aktivitas *online* melalui aktivasi unggah aktivitas di Strava menimbulkan evidensi penelitian. Rogue Cycling di dalam Strava juga turut mencetak rekor terhadap setiap anggota yang memiliki kemampuan bersepeda jarak jauh, dan mendapatkan prestasi atau pencapaian yang diatur melalui Strava, sehingga evidensi tersebut kaitannya dengan kelebihan komunitas Rogue Cycling di media baru Strava yang secara aktif mendorong anggota yang bersepeda untuk turut menggunakan Strava sebagai pusat untuk menghasilkan aktualisasi data selama bersepeda. Komunitas Rogue Cycling Club juga memastikan bahwa komunitas ini bersifat *private*, dengan tujuan data statistik yang dihasilkan anggota tidak tercampur oleh komunitas lain. Selain itu untuk memenuhi kebutuhan dari anggota kepada komunitas, dan Rogue Cycling Club (ROCC) juga tidak menutup diri terhadap teknologi yang berkembang.

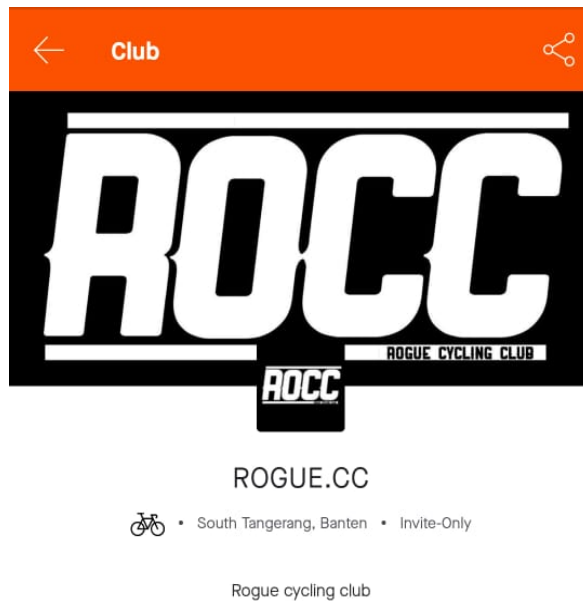
Beeck, et al (Tiwari, Lommerse, & Smith, 2014, p. 8) mengemukakan bahwa *Engagement* di dalam komunitas didasari oleh sebuah cara kerja, proses pembentukan serta pengelolaan. *Engagement* juga berupaya untuk mengalami proses pembelajaran, bertukar pengetahuan, mengidentifikasi, serta mampu mencapai tahap di dalam membuat keputusan hingga keputusan tersebut berjalan. Proses penyampaian budaya partisipatif dalam membangun *engagement* baik *schedule activity*, *progress activity*, dan *post activity* juga komunitas ini memanfaatkan Strava sebagai aplikasi pendukung komunitas dalam bersepeda. *Engagement* yang dihasilkan *media baru* sebagai proses *interactivity* komunitas dinilai memberikan *impression* atau sebuah pengalaman baru di dalam komunitas

terhadap setiap anggotanya, serta dinilai tidak menghilangkan esensi dari proses komunikasi strategis yang telah dibuat atau ditetapkan.

Komunitas Rogue Cycling Club (ROCC) merupakan sebuah komunitas sepeda *road bike* yang berpusat di daerah Bintaro, Tangerang Selatan. Rogue Cycling Club (ROCC) memiliki arti nama yang disebut dengan liar dan pengembara. Penamaan ini diberikan oleh *owner club* karena komunitas ini memang terbentuk dari para pesepeda yang awalnya tidak memiliki komunitas, namun sudah menggunakan sepeda jenis *road bike*. Rogue Cycling Club (ROCC) terbentuk sekitar 2 tahun lalu, tetapi *club* ini baru diresmikan pada 11 Januari 2020 dengan kapasitas sampai saat ini memiliki seratus lima puluh empat anggota. Rogue Cycling Club (ROCC) juga turut aktif dalam menggunakan *platform* Instagram.

Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi memunculkan sebuah era bagi setiap individu untuk dapat saling berkomunikasi, tanpa adanya batasan ruang dan waktu yang secara langsung melibatkan media baru. Di dalam media baru juga memberikan akses dalam bentuk interaksi yang semakin cepat dan luas. Jenkins (Murwani, 2012, p. 22) mengemukakan bahwa potensi penggunaan media baru akan melibatkan partisipasi yang juga dapat menjadi sarana bagi setiap individu untuk tidak hanya menjadi partisipan, tetapi juga dapat ikut terlibat dalam proses penciptaan makna.

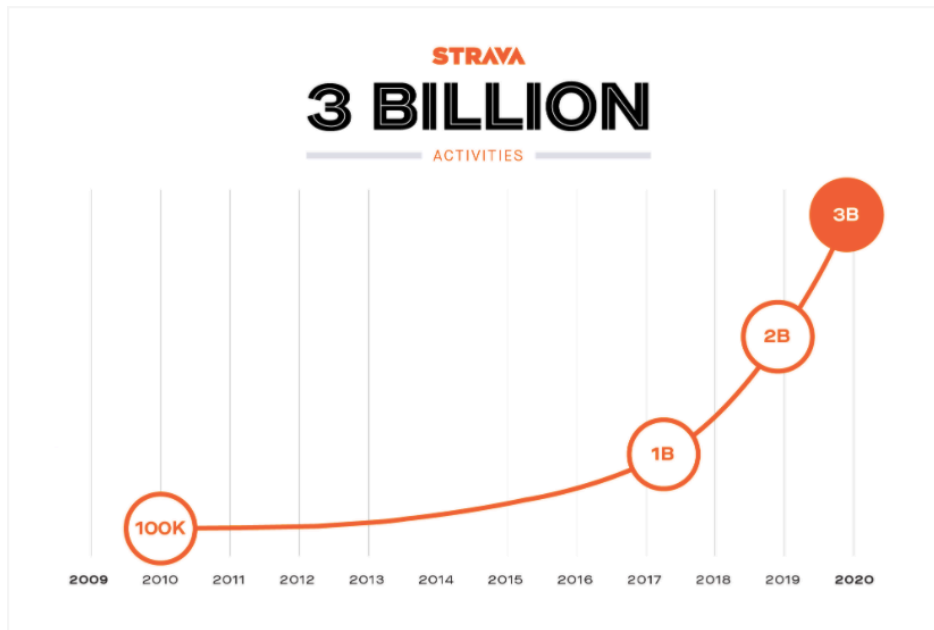
Gambar 1.3 Rogue Cycling Club (ROCC) melalui Aplikasi Strava



Sumber : Strava, 09 September 2020

Strava sebagai media baru ikut serta mengalami proses perkembangan di dalam web 4.0. Strava merupakan sebuah jejaring sosial untuk para atlet sebagai platform yang terhubung dalam aplikasi dan menghubungkan jutaan orang aktif. Komitmen yang dibentuk Strava terhadap komunitas bersepeda adalah menginspirasi para atlet, membuat konsep olahraga yang mereka sukai menjadi lebih menarik, serta berdedikasi meningkatkan interaksi satu sama lain di dalam komunitas dengan lebih meningkatkan perasaan persahabatan yang muncul di dalam tim.

Gambar 1.4 Data Aktivitas Penggunaan Strava



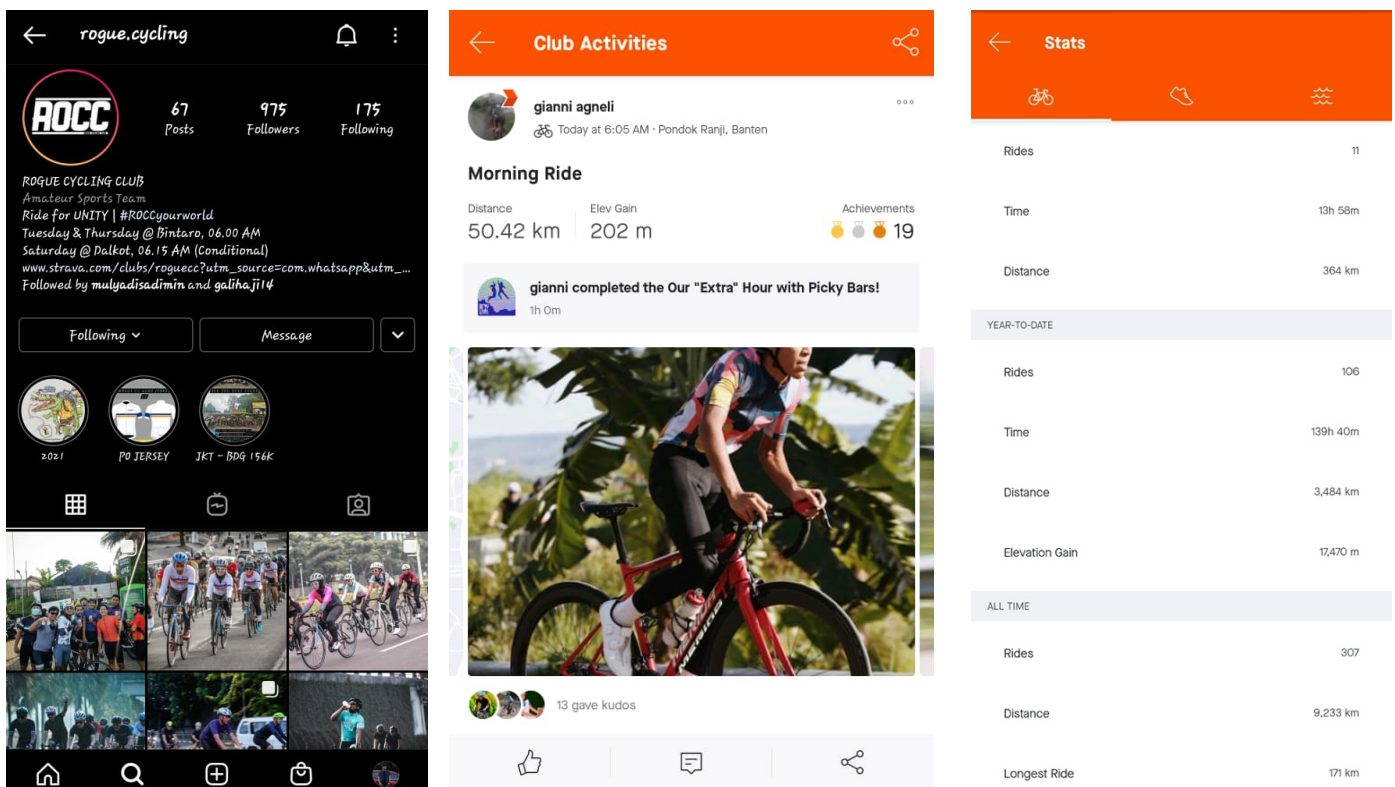
Sumber : Strava, 09 September 2020

Data yang didapatkan dari Strava, bahwa pencapaian aktivitas secara global pengguna Strava hingga tahun 2017 mencapai 1 miliar aktivitas dalam 13 bulan terakhir, dengan melampaui total 3 miliar aktivitas unggahan ke dalam komunitas yang berpartisipasi di Strava sejak didirikan pada tahun 2009. Secara *segments* salah satu fitur yang paling populer adalah *men-tracking* ruas jalan atau jalur yang dibuat oleh anggota, serta anggota juga dapat membandingkan waktu dan bersaing untuk mendapatkan tempat di papan peringkat.

Rogers (Murwani, 2012, p. 22) mengemukakan bahwa media baru dipercaya memiliki sebuah kemampuan karakteristik komunikasinya menyerupai komunikasi interpersonal. Untuk itu fitur yang dihadirkan media baru seperti Strava di dalam komunitas juga sangat mendukung proses komunikasi di dalam komunitas,

sehingga pertumbuhan komunitas akan semakin cepat dan proses keakraban juga dapat terjalin melalui dunia virtual.

Gambar 1.5 Perbandingan Aktivitas Instagram dan Strava ROCC



Sumber : Olahan Data Penelitian

Pertumbuhan komunitas di dalam media baru juga didukung oleh sebuah platform berbasis media sosial, yaitu Instagram dan Strava. Rogue Cycling Club (ROCC) juga turut menggunakan Instagram dengan akun @rogue.cycling sebagai media untuk menyampaikan informasi seputar kegiatan bersepeda, hal ini yang menjadikan Instagram berpusat pada tahap *awareness* dengan kegunaan fitur seperti Instagram *Stories*, Instagram *Feeds* yang bertujuan untuk meningkatkan

kesadaran informasi seputar kegiatan komunitas bersepeda. Berbeda jenisnya dengan media baru Strava yang terlihat signifikansi perbedaannya, yaitu melalui tahap *awareness* yang dilibatkan tidak hanya berhenti sampai melihat aktivitas postingan yang dilakukan penggunaan Strava, namun Strava juga melibatkan fitur *Stats* kepada setiap pengguna Strava yang melakukan aktivitas bersepeda dapat diperlihatkan data statistik melalui informasi berapa kali bersepeda, lama perjalanan, jarak keseluruhan yang ditempuh, serta ketinggian.

1.2 Rumusan Masalah

Komunitas Rogue Cycling merupakan sebuah komunitas sepeda jenis *road bike* yang sangat berupaya melakukan proses komunikasi komunitas dengan mengadakan pertemuan langsung melalui kegiatan bersepeda. Komunitas *Road bike* Rogue Cycling juga ingin dikenal oleh masyarakat sebagai komunitas yang mewadahi para anggotanya untuk melakukan fokus kegiatan bersepeda dengan mutlak dan terus membangun proses komunikasi tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Melalui proses budaya partisipatif dengan menghubungkan Strava sebagai media baru yang menghubungkan bersepeda dengan komunitas, diharapkan mampu menjawab kebutuhan komunitas terhadap rasionalitas data yang dihasilkan Strava saat anggota bersepeda secara aktual, dan juga dengan adanya proses partisipasi budaya melalui afiliasi, sampai kepada tahap sirkulasi mampu meningkatkan proses interaksi dan kreativitas anggota dalam upaya mempertahankan keberlangsungan komunitas Rogue Cycling.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian dalam penelitian di atas adalah bagaimana budaya partisipatif komunikasi komunitas Rogue Cycling Club (ROCC) dalam membangun *engagement* anggota melalui aplikasi Strava.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis komponen budaya partisipatif apa saja yang dibentuk komunitas Rogue Cycling Club (ROCC) dalam membangun *engagement* dari setiap anggota, serta implementasi *engagement* aplikasi Strava di dalam membangun interaksi anggota.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap keilmuan, khususnya bidang studi Ilmu Komunikasi di bidang *strategic communication*. Dengan tujuan untuk memberikan sumbangsih berupa pemikiran bagi penelitian berikutnya, bahwa budaya partisipatif yang dalam penelitiannya banyak membahas mengenai partisipasi budaya dalam bentuk *vlogger*, dan *fandom*, kini juga mampu untuk diterapkan secara berdampingan dengan komunitas melalui teknologi informasi berbasis media baru. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi bagian referensi untuk penelitian selanjutnya di bidang yang sama ataupun berhubungan dengan *engagement* di dalam komunitas, serta pemanfaatan teknologi.

1.5.2 Kegunaan praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta wawasan khususnya komunitas sepeda yang terbentuk dalam memanfaatkan media baru berbasis Strava untuk.

1. Melihat perkembangan fitur yang dihasilkan media baru Strava.
2. Mendorong setiap komunitas olahraga untuk beradaptasi dalam pemanfaatan media baru Strava.
3. Bagi pihak penyedia layanan Strava untuk terus menambahkan inovasi fitur dengan tujuan agar kegiatan komunikasi dalam *new media* yang terjalin di antara anggota dapat berjalan secara lebih maksimal.
4. Mengkampanyekan kecanggihan Strava melalui bidang periklanan agar terpaan informasi kepada *audience* dapat tersampaikan secara positif.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih penting khususnya bagi masyarakat luas dalam membentuk komunitas, mengenai budaya partisipasi komunitas dalam membangun *engagement*, melalui penerapan aplikasi Strava dalam mendukung pembentuk komunikasi komunitas yang semakin inovatif.

1.6 Keterbatasan Penelitian

1. Dikarenakan Variabel X lebih mendalam kepada turunan budaya partisipatif yang mencakup afiliasi (*affiliations*), ekspresi (*expressions*), kolaborasi pemecahan masalah (*collaborative problem-solving*), dan sirkulasi (*circulations*), maka bisa ditambahkan multivariabel dengan pendekatan pola komunikasi atau pemilihan strategi komunikasi, sehingga terlihat lebih dalam proses interaksi secara langsung.
2. Pembahasan Variabel X juga bisa dilakukan upaya pendekatan dengan metode selain studi kasus, yaitu fenomenologi untuk bisa berfokus terhadap partisipasi online di dunia virtual Strava.