

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian etnografi komunikasi dalam kajian ilmu komunikasi bertujuan untuk memahami bagaimana praktik komunikasi tidak hanya merefleksikan budaya, tetapi juga menjadi arena produksi makna, negosiasi identitas, dan pembentukan batas sosial dalam suatu komunitas. Namun, tidak semua praktik komunikasi berjalan secara harmonis dan bebas friksi. Dalam banyak komunitas sosial, komunikasi justru menjadi ruang tempat terjadinya ketegangan makna, eksklusivitas simbol, serta perundingan posisi antara anggota dan nonanggota.

Dalam konteks komunitas hobi, khususnya komunitas Vespa, komunikasi kerap diasumsikan sebagai praktik yang secara otomatis membangun solidaritas, persaudaraan, dan identitas kolektif. Asumsi ini problematis dalam kajian komunikasi, karena mengaburkan fakta bahwa identitas sosial tidak pernah terbentuk secara final dan bebas konflik. Identitas justru terus dinegosiasikan melalui bahasa, simbol, ritual, dan praktik komunikasi sehari-hari yang dapat memunculkan batas sosial, hierarki simbolik, maupun perbedaan tafsir antaranggota.

Komunitas Vespa di Indonesia dikenal memiliki simbol, jargon, ritual, dan gaya hidup khas yang berfungsi sebagai penanda keanggotaan. Namun, simbol-simbol tersebut tidak selalu dimaknai secara seragam. Perbedaan latar belakang anggota, tingkat keterlibatan, serta relasi dengan komunitas lain berpotensi melahirkan makna, eksklusivitas simbol, dan pembentukan batas antara “anggota inti”, “anggota pinggiran”, dan pihak luar. Di sinilah komunikasi berperan bukan hanya sebagai sarana pemersatu, tetapi juga sebagai mekanisme sosial yang dapat memproduksi inklusi dan eksklusi secara bersamaan.

Pendekatan etnografi komunikasi memungkinkan peneliti untuk mengkaji praktik komunikasi sebagai proses budaya yang kompleks. Dell Hymes

menegaskan bahwa komunikasi harus dipahami melalui konteks situasi tutur, partisipan, norma, dan tujuan sosial yang melingkupinya. Dengan perspektif ini, komunikasi komunitas Vespa tidak dapat dipahami semata sebagai pertukaran pesan yang efektif, melainkan sebagai arena sosial tempat identitas dinegosiasikan, makna dipertentangkan, dan batas sosial dikonstruksi.

Penelitian-penelitian sebelumnya mengenai komunitas Vespa cenderung menempatkan komunikasi sebagai elemen pendukung solidaritas dan kebersamaan, tanpa secara kritis membahas dinamika negosiasi identitas, konflik makna simbolik, atau mekanisme pembentukan batas sosial di dalam komunitas. Dengan demikian, terdapat celah konseptual dalam kajian komunikasi, yaitu kurangnya pemahaman tentang bagaimana praktik komunikasi dalam komunitas hobi berfungsi secara ambivalen: membangun kohesi sekaligus memproduksi diferensiasi sosial.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memandang komunitas Vespa sebagai ruang sosial yang problematik secara komunikatif. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana praktik komunikasi dalam komunitas Vespa menjadi arena negosiasi identitas sosial dan budaya, bagaimana simbol dan bahasa diproduksi serta dimaknai, serta bagaimana batas antara anggota dan nonanggota dibangun melalui interaksi sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan komunikasi komunitas, tetapi menganalisis proses sosial yang bekerja di balik praktik komunikasi tersebut.

Penelitian dalam bidang etnografi komunikasi selama ini berfokus pada bagaimana penggunaan bahasa, perilaku komunikatif, serta media non-verbal dan norma sosial tercermin dalam suatu komunitas budaya. Pendekatan Dell Hymes yang mengusulkan kerangka “ethnography of communication” menekankan pentingnya meneliti interaksi komunikasi dalam konteks sosial-kultural suatu komunitas (Hymes, 1964). Dalam konteks komunitas kendaraan bermotor atau klub hobi, unsur komunikasi antar anggota sering menjadi arena pembentukan identitas bersama, ritual sosial, serta praktik kebudayaan informal. Dengan demikian, komunitas hobi dapat dipandang sebagai “speech community” yang memiliki kode komunikasi, perilaku, dan nilai tersendiri. Hal

ini menegaskan bahwa etnografi komunikasi tidak hanya mengamati bahasa lisan tetapi juga perilaku komunikasi, simbol, dan praktik sosial yang menyertainya (Saville-Troike, 2012).

Memperluas konteks tersebut, komunitas Vespa di Indonesia menunjukkan pertumbuhan dan dinamika yang menarik. Sebagai contoh, menurut laporan dari National Geographic, komunitas Vespa di Indonesia termasuk yang terbesar di dunia di mana skuter tersebut bukan sekadar kendaraan tetapi juga gaya hidup, ekspresi identitas, dan solidaritas kelompok. Dalam wilayah Jawa Barat maupun Banten (termasuk Kabupaten Tangerang) aktivitas kustomisasi, touring bersama, dan komunitas sosial bermunculan sebagai bagian dari budaya Vespa. Misalnya, artikel mengenai “Vespa Trash Culture Fan Communities in Bangkalan Madura” menunjukkan potensi lokal yang kuat dalam komunitas Vespa untuk menjadi arena budaya dan identitas. Tren ini menandai bahwa komunitas Vespa bukan sekadar hobi teknis tetapi juga ruang sosial-budaya yang kompleks.

Dalam tujuh tahun terakhir, penelitian-penelitian terkait komunitas Vespa semakin menyoroti aspek sosial, identitas, dan bahasa komunitas. Contohnya, studi “View of Vespa Community Jargon in Padang City” menggali jenis dan makna jargon yang digunakan oleh pengguna Vespa sebagai bagian dari identitas kelompok. Di sisi teori, kerangka identitas komunikatif seperti Communication Theory of Identity (Hecht & Lu, 2014) telah digunakan untuk memahami bagaimana identitas pribadi, relasional, komunitas dikonstruksi dan dikomunikasikan melalui interaksi sosial dan simbolik. Juga, Social Identity Theory (Tajfel & Turner, 1979) menegaskan bahwa identitas sosial terbentuk melalui keanggotaan kelompok, kategori sosial, dan komparasi antar-kelompok (McLeod, 2023).

Meski demikian, terdapat kesenjangan penelitian yang cukup jelas dalam hal komunitas Vespa lokal di tingkat kabupaten seperti Kabupaten Tangerang. Sebagian besar studi mengarah pada konsumsi, kustomisasi, atau perilaku membeli Vespa (misalnya studi konsumsi di Madiun) (Arninda et al., 2022) tetapi sedikit yang mengeksplorasi pola komunikasi intern-komunitas,

bagaimana komunikasi memainkan peran dalam pembentukan identitas sosial-budaya komunitas Vespa secara etnografis. Lebih spesifik lagi, masih jarang ditemukan penelitian yang meneliti hubungan antara bahasa komunitas (jargon, gaya bicara, kode non-verbal), perilaku komunikasi (tur, kopdar, event), dan nilai-nilai sosial serta identitas budaya dalam komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang. Hal ini menunjukkan gap metodologis dan konteks lokal yang belum banyak dijelajahi.

Urgensi penelitian ini muncul karena komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang dapat dipandang sebagai ruang sosial yang dinamis untuk melihat bagaimana identitas sosial dan budaya dibangun, diwarnai, dan diubah melalui praktik komunikasi. Dengan meningkatnya aktivitas komunitas, kustomisasi yang makin kreatif, dan jaringan sosial yang semakin meluas, maka studi ini menjadi penting untuk memahami bagaimana komunikasi verbal dan nonverbal menjadi medium pembentukan identitas bersama. Selain itu, memahami pola komunikasi komunitas ini dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana kelompok-kegiatan hobi mempengaruhi identitas budaya lokal, sekaligus bagaimana komunitas-lokal tersebut mampu mempertahankan atau merubah identitasnya dalam konteks urban-metropolitan Tangerang yang berubah cepat.

Secara teoritis, pendekatan etnografi komunikasi memungkinkan peneliti untuk menyelami “speech community” dalam arti luas: anggota komunitas Vespa tidak hanya berbicara dalam jargon khas, tetapi juga melakukan ritual touring, modifikasi skuter, bahasa visual (stiker, emblem), serta interaksi sosial yang membentuk solidaritas. Hymes (1964) menegaskan bahwa analisis komunikasi dalam konteks komunitas sosial-budaya mencakup situasi, partisipan, saluran, norma, dan genre yang secara kolektif disebut model *SPEAKING*. Dengan demikian, penelitian ini akan mengaplikasikan kerangka tersebut ke komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang untuk menangkap kompleksitas komunikasi yang terjadi. Hal ini relevan karena identitas dan budaya komunitas sering direpresentasikan melalui bahasa dan perilaku komunikatif mereka.

Lebih lanjut, melalui kacamata teori identitas komunikatif (CTI) dan identitas sosial (SIT), penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana komunikasi komunitas Vespa menampilkan identitas pribadi (personal), bagaimana anggota mengekspresikan identitas dalam interaksi (enacted), bagaimana relasi antar-anggota serta relasi dengan “luar kelompok” terbentuk (relational), dan bagaimana komunitas itu sebagai kesatuan kolektif memiliki identitas bersama (communal) (Hecht & Lu, 2014). Sementara itu, Social Identity Theory menekankan bahwa keanggotaan suatu kelompok dan proses kategorisasi sosial membentuk identitas sosial yang memproyeksikan “kita” vs “mereka” dalam kelompok (McLeod, 2023). Kombinasi teori-teori tersebut memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana komunikasi tidak hanya mencerminkan identitas tetapi juga membentuk, mempertahankan, atau mengubahnya.

Dalam konteks Kabupaten Tangerang sendiri, perkembangan komunitas Vespa bisa dilihat sebagai bagian dari fenomena urbanisasi, perubahan gaya hidup, dan pencarian identitas sosial alternatif di luar pekerjaan formal. Sebagai wilayah yang cepat berubah, Tangerang menawarkan konteks yang menarik untuk studi komunikasi komunitas: bagaimana anggota komunitas Vespa membangun simbol-kultur (modifikasi Vespa, atribut komunitas, jargon), dan bagaimana mereka melakukan interaksi rutin seperti kopdar (kopi darat) atau touring. Penelitian sebelumnya di kota lain seperti Padang menunjukkan bahwa jargon komunitas Vespa memiliki makna dan fungsi sosial tersendiri. Namun demikian, konteks Kabupaten Tangerang yang lebih dekat dengan pusat urban-metropolitan Jakarta belum banyak diteliti dalam perspektif etnografi komunikasi.

Akhirnya, pentingnya penelitian ini terletak pada kontribusinya bagi ilmu komunikasi, antropologi budaya, dan studi komunitas hobi/otomotif. Dengan mendalami pola komunikasi komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang bagaimana bahasa, perilaku komunikasi, budaya komunitas serta identitas sosial saling berkaitan penelitian ini diharapkan dapat menawarkan peta empiris yang kaya untuk memahami dinamika identitas sosial-budaya di komunitas

modern Indonesia. Selain itu, hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan bagi pengembangan kebijakan lokal atau program komunitas yang menghargai identitas budaya hobi, memperkuat integrasi sosial, dan meningkatkan apresiasi terhadap komunikasi komunitas sebagai unsur penting dalam pembentukan identitas sosial lokal.

1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana praktik komunikasi dalam komunitas Vespa menegosiasikan identitas sosial dan budaya para anggotanya?
2. Bagaimana simbol, bahasa, dan ritual komunikasi digunakan untuk membangun serta mempertahankan batas antara anggota dan nonanggota komunitas?
3. Bagaimana perbedaan tafsir dan praktik komunikasi mencerminkan negosiasi makna dan dinamika kekuasaan simbolik di dalam komunitas Vespa?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis proses negosiasi identitas sosial dan budaya yang berlangsung melalui praktik komunikasi dalam komunitas Vespa.
2. Mengkaji peran simbol, bahasa, dan ritual komunikasi dalam membangun eksklusivitas dan batas sosial komunitas.
3. Mengungkap dinamika makna dan relasi simbolik yang terbentuk melalui interaksi komunikasi antaranggota komunitas Vespa.

1.4 Kegunaan Penelitian

I. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang etnografi komunikasi dengan memberikan pemahaman mendalam tentang pola komunikasi dalam komunitas hobi di konteks urban Indonesia. Hasilnya dapat menjadi referensi empiris bagi penelitian sejenis yang menyoroti hubungan antara bahasa, budaya, dan identitas sosial. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperluas penerapan teori Dell Hymes (SPEAKING model), Communication Theory of Identity (Hecht & Lu), serta Social Identity Theory (Tajfel & Turner) pada kasus komunitas lokal. Dengan demikian, penelitian ini dapat memperkuat literatur komunikasi antarbudaya, komunikasi komunitas, dan antropologi budaya. Secara metodologis, penelitian ini juga memberikan contoh penerapan metode observasi partisipatif dan wawancara dalam studi etnografi komunikasi yang kontekstual.

II. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini berguna bagi anggota komunitas Vespa maupun pengelola komunitas serupa untuk memahami dinamika komunikasi yang terjadi di dalam kelompok mereka. Temuan penelitian dapat membantu komunitas dalam mengelola kegiatan komunikasi, memperkuat solidaritas antaranggota, serta menjaga nilai-nilai budaya khas Vespa agar tetap hidup di tengah modernisasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan acuan oleh pemerintah daerah atau lembaga kebudayaan dalam merancang program pemberdayaan komunitas otomotif yang bernilai sosial-budaya. Dengan memahami pola komunikasi internal dan eksternal komunitas, pihak terkait dapat mengoptimalkan peran komunitas Vespa sebagai aset budaya dan sarana promosi identitas lokal Kabupaten Tangerang.

III. Kegunaan Sosial

Dari sisi sosial, penelitian ini memiliki kontribusi dalam memperkuat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya komunikasi dalam membangun identitas dan solidaritas sosial. Melalui temuan mengenai nilai-nilai persaudaraan, gotong royong, dan ekspresi budaya yang berkembang di komunitas Vespa, penelitian ini dapat mendorong munculnya apresiasi terhadap keragaman budaya komunitas urban. Hasil penelitian juga dapat membantu masyarakat memahami bahwa komunitas hobi bukan sekadar tempat berkumpul, tetapi ruang sosial yang berperan dalam membangun jaringan sosial dan nilai kebersamaan. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi memperkuat hubungan antarwarga, mengurangi stereotip negatif terhadap komunitas motor, serta mempromosikan budaya komunikasi yang inklusif di Kabupaten Tangerang.

b. Keterbatasan Penelitian

- **Cakupan Data**

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal cakupan data karena difokuskan hanya pada komunitas Vespa yang berada di wilayah Kabupaten Tangerang. Dengan demikian, hasil penelitian mungkin belum sepenuhnya menggambarkan pola komunikasi komunitas Vespa di daerah lain yang memiliki karakter sosial dan budaya berbeda. Selain itu, jumlah informan yang diwawancara dan lokasi observasi dibatasi pada beberapa kegiatan tertentu, seperti kopdar dan touring lokal. Hal ini menyebabkan data yang diperoleh lebih bersifat kontekstual dan tidak dapat digeneralisasikan secara luas.

- **Metode Penelitian**

Keterbatasan juga muncul dari penggunaan metode etnografi komunikasi yang mengandalkan observasi partisipatif dan wawancara mendalam. Pendekatan ini sangat bergantung pada kemampuan

peneliti dalam membangun kepercayaan dengan anggota komunitas dan menafsirkan makna komunikasi berdasarkan konteks sosial mereka. Oleh karena itu, subjektivitas peneliti dalam proses interpretasi tidak dapat dihindari sepenuhnya. Selain itu, tidak semua bentuk komunikasi nonverbal atau simbolik dapat ditangkap secara lengkap selama proses observasi.

- **Waktu dan Sumber Daya**

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan dari segi waktu dan sumber daya. Proses observasi lapangan yang idealnya dilakukan dalam jangka panjang harus disesuaikan dengan jadwal kegiatan komunitas dan ketersediaan peneliti. Selain itu, keterbatasan pengumpulan data visual tidak dapat dilakukan secara menyeluruh pada semua kegiatan komunitas. Faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi kedalaman hasil analisis etnografis. Namun, peneliti tetap berupaya memaksimalkan waktu penelitian dengan memilih kegiatan yang paling representatif serta mengoptimalkan sumber daya yang tersedia untuk memperoleh hasil yang kredibel.

