

**ETNOGRAFI KOMUNIKASI KOMUNITAS VESPA DALAM
MEMBANGUN IDENTITAS SOSIAL DAN BUDAYA DI
KABUPATEN TANGERANG**



SKRIPSI

Dimas Muhammad Yusuf

00000064694

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2026

**ETNOGRAFI KOMUNIKASI KOMUNITAS VESPA DALAM
MEMBANGUN IDENTITAS SOSIAL DAN BUDAYA DI
KABUPATEN TANGERANG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Dimas Muhammad Yusuf

00000064694

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Dimas Muhammad Yusuf

Nomor Induk Mahasiswa : 00000064694

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

ETNOGRAFI KOMUNIKASI KOMUNITAS VESPA DALAM MEMBANGUN IDENTITAS SOSIAL DAN BUDAYA DI KABUPATEN TANGERANG

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis , saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 18 December 2025



(Dimas Muhammad)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Dimas Muhammad Yusuf
NIM : 00000064694
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan : Etnografi Komunikasi Komunitas Vespa dalam
Membangun Identitas Sosial dan Budaya di Kabupaten Tangerang

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir*(pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang,

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ETNOGRAFI KOMUNIKASI KOMUNITAS VESPA DALAM MEMBANGUN IDENTITAS SOSIAL DAN BUDAYA DI KABUPATEN TANGERANG

Oleh

Nama : Dimas Muhammad Yusuf

NIM : 00000064694

Program Studi : Komunika Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 14-Januari-2026

Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan

LULUS

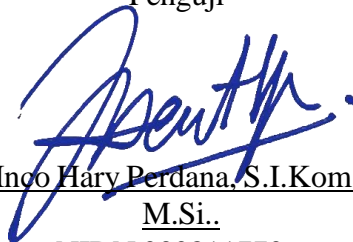
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats
Wuryanta, M.Si, CDM
NIDN 0306067003

Penguji



Inco Hary Perdana, S.I.Kom.,
M.Si.,
NIDN 0308117706

Pembimbing



Dr. Henilia Yulita SE., MM. M.I. Kom
NIDN 0320077803

Ketua Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dimas Muhammad Yusuf

NIM : 00000064694

Program Studi : Komunikasi Strategis

Jenjang : D3/~~S1~~/S2* (coret salah satu)

Judul Karya Ilmiah : ETNOGRAFI KOMUNIKASI KOMUNITAS VESPA
DALAM MEMBANGUN IDENTITAS SOSIAL DAN BUDAYA DI
KABUPATEN TANGERANG

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 18 December 2025



(DIMAS MUHAMMAD YUSUF)

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

(Kata Pengantar dapat dikembangkan dan harus meliputi ucapan rasa syukur, tujuan pembuatan tugas akhir, ucapan terima kasih, dan harapan pada hasil Tugas Akhir ini.)

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Henilia Yulita SE.,MM.M.I.Kom, selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Tangerang, 18 December 2025



(Dimas Muhammad Yusuf)

ETNOGRAFI KOMUNIKASI KOMUNITAS VESPA DALAM MEMBANGUN IDENTITAS SOSIAL DAN BUDAYA DI KABUPATEN TANGERANG

(Dimas Muhammad Yusuf)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pola komunikasi dalam komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang membentuk, mempertahankan, dan merekonstruksi identitas sosial serta budaya para anggotanya. Menggunakan pendekatan etnografi komunikasi, penelitian ini memusatkan perhatian pada interaksi sehari-hari, penggunaan simbol, dan makna yang terkandung dalam kegiatan komunitas seperti kopdar, touring, dan kegiatan sosial. Landasan teoritis yang digunakan meliputi teori Etnografi Komunikasi (Hymes) untuk melihat pola interaksi, teori Identitas Sosial (Tajfel & Turner) untuk memahami proses identifikasi kelompok, dan Interaksionisme Simbolik (Mead) untuk menafsirkan pembentukan makna simbolik. Metode penelitian kualitatif dengan teknik wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi digunakan untuk menggali data secara komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dalam komunitas Vespa tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran pesan, tetapi juga sebagai mekanisme budaya yang memperkuat solidaritas, kebersamaan, dan identitas kolektif anggota. Komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang berhasil menciptakan sistem makna bersama yang membedakan mereka dari kelompok lain, menjadikan komunikasi sebagai fondasi utama dalam pembentukan identitas sosial-budaya mereka.

Kata kunci: *etnografi komunikasi, komunitas Vespa, identitas sosial, budaya, interaksionisme simbolik*

ETHNOGRAPHY OF VESPA COMMUNITY

COMMUNICATION IN DEVELOPING SOCIAL AND

CULTURAL IDENTITY IN TANGERANG REGENCY

(Dimas Muhammad Yusuf)

ABSTRACT

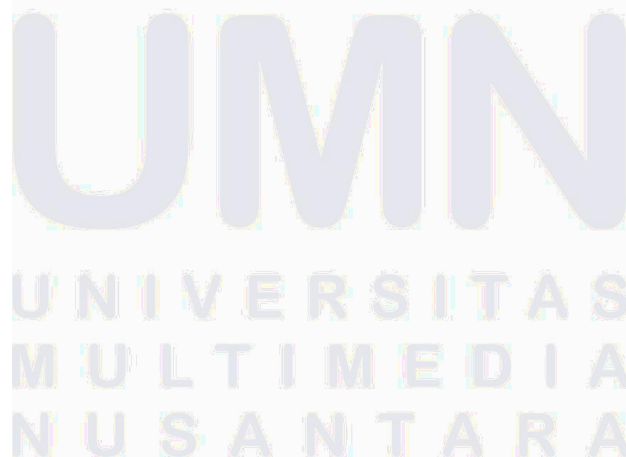
This study aims to understand how communication patterns within the Vespa community in Tangerang Regency shape, maintain, and reconstruct the members' social and cultural identities. Using the ethnography of communication approach, the research focuses on daily interactions, the use of symbols, and the meanings embedded in community activities such as gatherings, touring, and social events. The theoretical foundation includes Hymes' Ethnography of Communication to explore interactional structures, Tajfel and Turner's Social Identity Theory to examine group identification processes, and Mead's Symbolic Interactionism to interpret symbolic meaning formation. A qualitative research method was employed, utilizing in-depth interviews, participant observation, and documentation to collect rich data. The findings indicate that communication in the Vespa community serves not only as a medium of message exchange but also as a cultural mechanism that reinforces solidarity, togetherness, and collective identity. The Vespa community in Tangerang Regency has created a shared system of meaning that distinguishes them from other groups, making communication the central foundation in the construction of their social and cultural identity.

Keywords: ethnography of communication, Vespa community, social identity, culture, symbolic interactionism

DAFTAR ISI

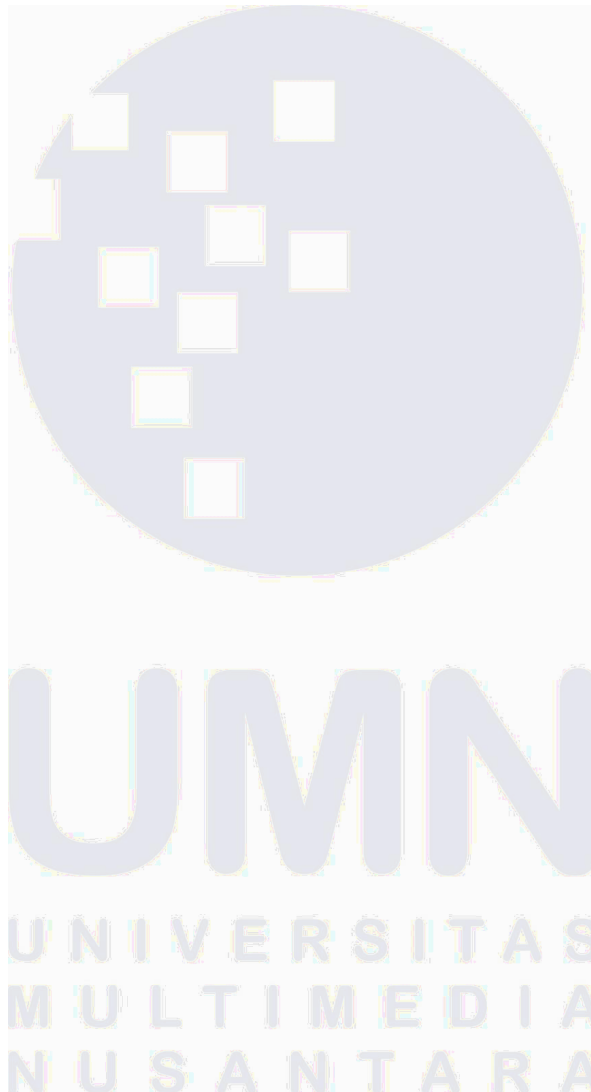
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI).....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
I. Kegunaan Akademis.....	6
II. Kegunaan Praktis	6
III. Kegunaan Sosial.....	7
b. Keterbatasan Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	13
2.3 Landasan Konsep	17
2.4 Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Paradigma Penelitian.....	21
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	23
3.3 Metode Penelitian.....	25

3.4 Pemilihan Informan.....	30
BAB IV PEMBAHASAN	31
4.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	31
4.1.1 Subjek Penelitian	31
4.1.2 Objek Penelitian.....	32
4.2 Hasil Pembahasan	33
4.2.1 Pola komunikasi yang terbentuk dalam komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang dalam aktivitas sehari-hari maupun kegiatan komunitas seperti kopdar dan touring	33
4.2.2 Hubungan antara bahasa, perilaku komunikasi, dan budaya komunitas Vespa	37
4.2.3 Proses komunikasi di dalam komunitas Vespa berperan dalam.... membentuk, mempertahankan, atau mengubah identitas sosial anggota komunitas di Kabupaten Tangerang.....	39
BAB V PENUTUP.....	42
5.1 Kesimpulan.....	42
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44



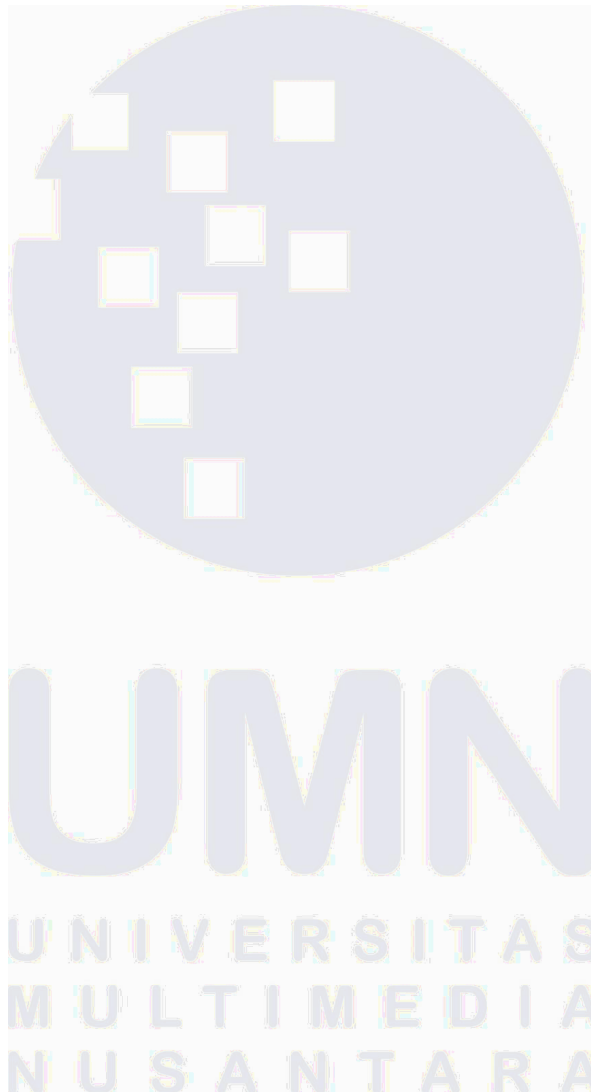
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Data Perusahaan	10
---------------------------------------	----



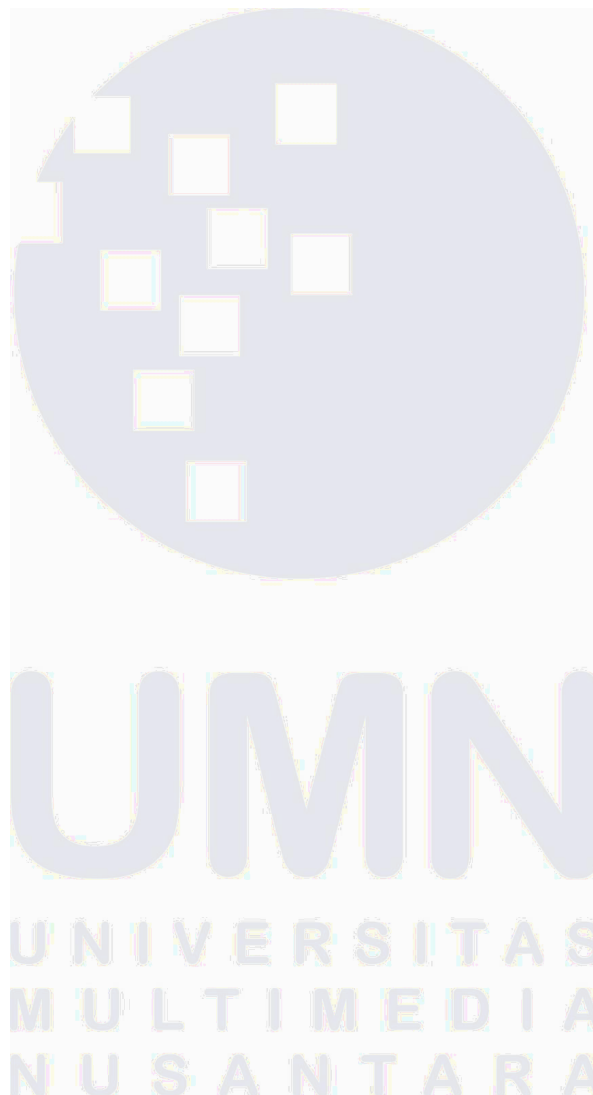
DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pekan Literasi Informasi.....	22
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1	47
-----------------	----



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 diwawancarai 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.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mencoba mengkaji komunitas Vespa di Indonesia dari berbagai perspektif: identitas sosial, komunikasi kelompok, solidaritas, gaya hidup, dan strategi citra komunitas. Misalnya, beberapa studi melihat bagaimana anggota komunitas Vespa membangun jaringan sosial dan nilai kebersamaan melalui aktivitas bersama; ada pula yang fokus pada bagaimana komunikasi internal komunitas membantu mempertahankan solidaritas anggota. Namun demikian, sedikit penelitian yang secara eksplisit menggunakan pendekatan etnografi komunikasi untuk melihat pola bahasa, perilaku komunikasi, dan identitas budaya di komunitas Vespa di wilayah kabupaten/kota yang lebih spesifik sehingga menimbulkan ruang untuk penelitian yang lebih mendalam di konteks lokal seperti Kabupaten Tangerang.

Dalam konteks komunikasi, literatur etnografi komunikasi (misalnya model SPEAKING oleh Hymes) menekankan pentingnya mempelajari situasi, partisipan, saluran, norma, genre, dan konteks sosial-kultural dalam interaksi kelompok. Beberapa penelitian komunitas Vespa telah mengadopsi sebagian pendekatan ini, namun banyak yang lebih berfokus pada aspek gaya hidup, perilaku konsumsi, atau citra merek daripada komunikasi verbal/nonverbal dan konstruksi identitas melalui komunikasi. Dengan demikian, penelitian Anda yang menyoroti komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang dan mengkaji pola komunikasi internal serta kaitannya dengan identitas sosial-budaya muncul sebagai kontribusi yang penting.

2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3
1.	Judul Artikel Ilmiah	Symbolic Interactionism	Social Identity Construction in Digital Communities: A Case Study on Social Media Users in Indonesia	Ethnography of Communication in Praxis in the Literature Classroom
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Michael J. Carter & Celene Fuller (2015), <i>Sociopedia.isa</i> – International Sociological Association	Han-Gyeol Yang & Thalita Syifa Fatimah (2024), <i>International Journal of Psychology and Health Science (IJPHS)</i>	Carol Hepburn (2016), <i>Journal of Instructional Research</i> , Grand Canyon University
3.	Fokus Penelitian	Mengkaji perkembangan teori interaksionisme simbolik serta	Proses konstruksi identitas sosial dalam komunitas digital di	Penerapan etnografi komunikasi untuk memahami kode tutur dalam

		aliran Chicago, Iowa, dan Indiana	Indonesia	komunitas akademik
4.	Teori	Teori Interaksionisme Simbolik (Mead, Blumer, Stryker)	Social Identity Theory (Tajfel & Turner)	Etnografi Komunikasi (Dell Hymes)
5.	Metode Penelitian	Studi literatur / kajian teoretis	Kualitatif – studi kasus (wawancara mendalam, observasi partisipatif, analisis konten)	Kualitatif – etnografi, studi kasus
6.	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Sama-sama membahas proses pembentukan makna dan identitas melalui interaksi social	Sama-sama meneliti identitas sosial, interaksi, dan makna dalam komunitas	Sama-sama menggunakan perspektif budaya dan komunikasi untuk memahami makna interaksi
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Jurnal ini bersifat konseptual-teoretis, sedangkan penelitian yang dilakukan bersifat empiris dan kontekstual	<i>Fokus penelitian ini pada komunitas digital dan media sosial, sedangkan penelitian yang dilakukan pada konteks</i>	Penelitian ini diterapkan di kelas sastra, sedangkan penelitian yang dilakukan pada konteks

			<i>komunikasi/budaya yang berbeda</i>	sosial/komunitas lain
8.	Hasil Penelitian	Interaksi simbolik membentuk makna sosial melalui proses interpretasi berulang dalam kehidupan sehari-hari	Media sosial berperan besar dalam pembentukan identitas sosial melalui kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial	Etnografi komunikasi efektif meningkatkan pemahaman budaya, kode tutur, dan rasa kebersamaan dalam komunitas

Penelitian mengenai komunitas Vespa di Indonesia telah banyak dilakukan dalam ranah ilmu komunikasi dan sosiologi budaya. Beberapa penelitian yang dipublikasikan dalam jurnal nasional, seperti Jurnal Ilmu Komunikasi, Jurnal ASPIKOM, dan Jurnal Komunikasi Indonesia, umumnya menempatkan komunitas Vespa sebagai ruang pembentukan solidaritas, identitas kolektif, dan gaya hidup alternatif. Fokus utama penelitian-penelitian tersebut adalah pada makna simbolik Vespa sebagai ikon budaya dan sarana ekspresi identitas kelompok. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut cenderung bersifat deskriptif dan normatif. Simbol, ritual, dan praktik komunikasi dipahami sebagai elemen yang secara otomatis memperkuat kohesi sosial. Penelitian oleh Nugroho (2018) dalam Jurnal Ilmu Komunikasi, misalnya, menggambarkan komunitas Vespa sebagai ruang persaudaraan yang solid tanpa mengkaji kemungkinan adanya konflik makna atau eksklusivitas simbol di dalamnya.

Penelitian lain oleh Prasetyo dan Wulandari (2020) dalam Jurnal ASPIKOM menekankan peran komunikasi dalam membangun identitas komunitas motor klasik. Meskipun menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini belum menempatkan komunikasi sebagai arena negosiasi identitas, melainkan sebagai sarana reproduksi nilai dan norma yang dianggap telah mapan. Keterbatasan ini menunjukkan kecenderungan penelitian terdahulu dalam melihat identitas sosial sebagai sesuatu yang stabil dan homogen. Dari sisi metodologi, penelitian komunitas Vespa di Indonesia umumnya menggunakan wawancara dan observasi terbatas tanpa keterlibatan etnografis jangka panjang. Hal ini berpotensi menimbulkan bias perspektif peneliti, di mana praktik komunikasi yang problematis, seperti pembentukan batas anggota–nonanggota atau hierarki simbolik, kurang terungkap secara mendalam. Penelitian oleh Sari (2019) dalam Jurnal Komunikasi Indonesia, misalnya, lebih menekankan aspek representasi budaya Vespa dibandingkan dinamika interaksi internal

komunitas.

Berdasarkan kritik terhadap penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini memposisikan diri untuk mengisi celah konseptual dengan menempatkan komunikasi sebagai arena negosiasi makna dan identitas sosial. Penelitian ini tidak hanya melengkapi kajian sebelumnya, tetapi juga menggeser fokus analisis dari hasil komunikasi ke proses sosial yang berlangsung di dalamnya.

2.2 Landasan Teori

Penelitian ini berlandaskan pada pendekatan **etnografi komunikasi** yang dikembangkan oleh Dell Hymes (1972), yang menekankan pada pemahaman bagaimana komunikasi digunakan dalam konteks budaya tertentu. Etnografi komunikasi memandang bahasa bukan hanya sebagai alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai sarana untuk memahami nilai, norma, dan struktur sosial dalam suatu kelompok masyarakat. Dalam konteks komunitas Vespa, pola komunikasi tidak hanya terlihat melalui percakapan sehari-hari, tetapi juga melalui simbol, ritual, dan gaya hidup yang mencerminkan identitas kolektif mereka. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana anggota komunitas menegosiasikan makna, membangun solidaritas, serta mempertahankan budaya khas yang menjadi bagian dari eksistensi mereka di tengah masyarakat modern. Dengan demikian, teori ini menjadi pijakan utama dalam menafsirkan hubungan antara bahasa, perilaku komunikasi, dan budaya yang muncul dalam interaksi sosial komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang.

Lebih lanjut, teori identitas sosial dari Tajfel dan Turner (1986) menjadi kerangka konseptual penting dalam memahami bagaimana individu dalam komunitas Vespa membangun dan mempertahankan identitas kelompoknya. Menurut teori ini, identitas sosial terbentuk melalui proses kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial yang kemudian melahirkan rasa kebersamaan dan solidaritas di antara anggota. Dalam komunitas Vespa, penggunaan bahasa khas, simbol kendaraan, serta aktivitas bersama seperti touring dan kopdar menjadi bentuk komunikasi yang memperkuat rasa keanggotaan dan diferensiasi dari kelompok lain. Selain itu, teori simbolik interaksionisme dari Mead (1934) juga

digunakan untuk melihat bagaimana makna sosial dibangun melalui interaksi simbolik antaranggota komunitas. Dengan menggabungkan ketiga kerangka teori ini, penelitian ini berupaya menjelaskan keterkaitan antara komunikasi, budaya, dan identitas sosial dalam dinamika komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang secara komprehensif.

2.2.1 Teori Etnografi Komunikasi

Etnografi komunikasi merupakan pendekatan yang memandang komunikasi sebagai praktik budaya yang terikat pada konteks sosial dan norma komunitas. Dalam konteks penelitian Indonesia, pendekatan ini telah digunakan dalam berbagai studi komunikasi budaya, seperti yang dipublikasikan dalam Jurnal Kajian Komunikasi dan Jurnal Ilmu Komunikasi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami praktik komunikasi tidak hanya sebagai pertukaran pesan, tetapi sebagai sistem makna yang hidup dalam komunitas.

Dalam penelitian ini, etnografi komunikasi diposisikan sebagai kerangka epistemologis yang mengarahkan cara peneliti melihat realitas sosial komunitas Vespa, khususnya dalam memahami aturan komunikasi, simbol, dan praktik interaksi yang membentuk identitas sosial.

Teori etnografi komunikasi pertama kali diperkenalkan oleh Dell Hymes yang menekankan bahwa bahasa selalu terikat dengan konteks sosial dan budaya tempatnya digunakan. Dalam perkembangan mutakhir, teori ini tetap relevan untuk menelusuri praktik komunikasi yang sarat makna simbolik di masyarakat modern. Lestari dan Nugraha (2021) menunjukkan bahwa etnografi komunikasi membantu peneliti memahami struktur interaksi sosial melalui konteks budaya yang menyertainya. Pendekatan ini memandang komunikasi bukan sekadar transfer pesan, melainkan praktik budaya yang merefleksikan nilai-nilai, keyakinan, dan identitas kolektif suatu komunitas.

Lebih jauh, model SPEAKING dari Hymes menjadi kerangka analisis penting yang menyoroti delapan komponen utama komunikasi: Setting, Participants, Ends, Act sequence, Key, Instrumentalities, Norms, dan Genre. Komponen-komponen ini

membantu peneliti memetakan bagaimana komunikasi berlangsung dalam situasi tertentu. Penelitian terkini menegaskan bahwa unsur-unsur tersebut masih efektif digunakan dalam berbagai kajian etnografi komunikasi, baik di ranah pendidikan maupun komunitas sosial (Lestari & Nugraha, 2021). Dalam konteks komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang, model ini mempermudah analisis terhadap bahasa khas, perilaku komunikasi saat touring, maupun simbol-simbol yang digunakan untuk membangun solidaritas dan identitas kelompok.

Selain itu, teori ini memfasilitasi pemahaman terhadap dinamika budaya yang muncul dari interaksi anggota komunitas. Bahasa, ekspresi nonverbal, dan praktik sosial di dalam komunitas Vespa tidak hanya berfungsi untuk berkomunikasi, tetapi juga untuk meneguhkan rasa kebersamaan dan membangun makna bersama. Sebagaimana ditegaskan Hymes (1974), penelitian etnografi komunikasi harus berorientasi pada bagaimana masyarakat menggunakan bahasa untuk mencapai tujuan sosialnya. Dengan demikian, teori ini memberikan landasan konseptual kuat untuk mengkaji keterkaitan antara bahasa, budaya, dan identitas sosial dalam komunitas Vespa.

2.2.2 Teori Identitas Sosial

Teori identitas sosial digunakan untuk menganalisis bagaimana anggota komunitas Vespa mengonstruksi rasa keanggotaan dan perbedaan sosial. Sejumlah penelitian Indonesia, seperti yang dimuat dalam Jurnal Psikologi Sosial dan Jurnal Komunikasi, telah menggunakan teori ini untuk mengkaji pembentukan identitas kelompok dalam komunitas berbasis hobi dan budaya. Dalam penelitian ini, identitas sosial dipahami sebagai hasil dari proses komunikasi yang terus dinegosiasikan, bukan sebagai atribut yang bersifat tetap. Komunikasi menjadi medium utama dalam membangun, mempertahankan, dan menantang identitas kelompok.

Teori Teori identitas sosial yang dikembangkan oleh Tajfel

dan Turner (1986) menjelaskan bahwa individu mengonstruksi dirinya melalui keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu. Dalam lima tahun terakhir, teori ini kembali digunakan untuk memahami bagaimana identitas kelompok terbentuk dan dipelihara melalui komunikasi. Demirtaş (2023) menegaskan bahwa identitas sosial bersumber dari proses kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial yang kemudian menciptakan rasa memiliki terhadap kelompok. Melalui simbol, bahasa, dan aktivitas bersama, anggota membangun batas antara “kami” dan “mereka”, yang menjadi dasar munculnya solidaritas internal dalam kelompok.

Dalam komunitas Vespa, identitas sosial terbentuk melalui proses komunikasi yang berulang—baik secara verbal maupun nonverbal. Touring, penggunaan atribut khas, serta bahasa komunitas menjadi sarana untuk menegaskan keanggotaan dan memperkuat ikatan emosional antaranggota. Otten dan Schumann (2021) menyatakan bahwa dalam komunitas modern, identitas sosial tidak hanya bergantung pada struktur formal, tetapi juga pada jaringan komunikasi yang memungkinkan anggota berbagi pengalaman dan makna kolektif. Komunikasi yang terjadi dalam komunitas Vespa dengan demikian tidak hanya mencerminkan identitas sosial mereka, tetapi juga berperan aktif dalam mempertahankannya.

Lebih lanjut, teori identitas sosial juga menjelaskan bagaimana individu menegosiasikan identitasnya di tengah kelompok dan masyarakat luas. Dalam konteks budaya urban seperti Kabupaten Tangerang, anggota komunitas Vespa menghadapi tekanan modernitas sekaligus berusaha mempertahankan nilai orisinalitas dan solidaritas khas komunitas klasik. Proses negosiasi ini terjadi melalui komunikasi simbolik yang menghubungkan nilai lama dan baru. Dengan demikian, teori identitas sosial menyediakan kerangka analitis untuk memahami bagaimana komunikasi membantu membangun dan memelihara identitas budaya komunitas Vespa sebagai kelompok sosial yang unik di tengah arus perubahan masyarakat.

2.2.3 Teori Interaksionisme Simbolik

Interaksionisme simbolik digunakan untuk menjelaskan bagaimana makna simbolik Vespa, atribut komunitas, dan ritual sosial diproduksi melalui interaksi. Pendekatan ini banyak digunakan dalam penelitian komunikasi budaya di Indonesia, termasuk dalam Jurnal Sosiologi Reflektif dan Jurnal Ilmu Sosial dan Politik.

Melalui perspektif ini, simbol tidak dipahami sebagai objek mati, melainkan sebagai hasil interaksi sosial yang sarat negosiasi makna. Dalam komunitas Vespa, perbedaan tafsir terhadap simbol menjadi bagian dari dinamika komunikasi internal.

Literasi Teori interaksionisme simbolik berangkat dari pemikiran George Herbert Mead yang menekankan bahwa makna sosial lahir melalui interaksi manusia dan penggunaan simbol. Dalam kajian modern, teori ini tetap digunakan untuk memahami bagaimana individu menafsirkan realitas sosialnya. Rinaldi (2022) menjelaskan bahwa interaksionisme simbolik memungkinkan peneliti mengungkap proses pembentukan makna melalui interaksi sehari-hari yang sarat simbol budaya. Melalui simbol-simbol tersebut, individu tidak hanya mengekspresikan dirinya, tetapi juga menegosiasikan posisi sosial dan identitas dalam komunitasnya.

Penelitian Wulandari (2023) memperluas teori ini dengan menunjukkan bahwa simbol-simbol komunikasi seperti pakaian, gesture, dan bahasa memiliki kekuatan besar dalam membentuk identitas sosial dan budaya kelompok. Dalam komunitas Vespa, simbol-simbol itu tampak dalam bentuk modifikasi kendaraan, atribut komunitas, hingga gaya berpakaian yang menjadi penanda keanggotaan. Interaksi sehari-hari antaranggota membangun makna bahwa Vespa bukan sekadar kendaraan, melainkan lambang kebersamaan, kebebasan, dan warisan budaya klasik yang bernilai tinggi. Proses ini menunjukkan bagaimana makna sosial terus dinegosiasikan dan diperbarui melalui komunikasi simbolik.

Lebih jauh, teori interaksionisme simbolik membantu memahami relasi antara tindakan individu dan struktur sosial yang lebih luas. Makna yang diciptakan oleh anggota komunitas Vespa bukan hanya cerminan dari budaya internal mereka, tetapi juga respons terhadap persepsi masyarakat eksternal terhadap subkultur Vespa. Dengan demikian, teori ini memungkinkan peneliti menelaah bagaimana komunikasi simbolik menjadi sarana bagi komunitas Vespa untuk mempertahankan eksistensinya di tengah perubahan sosial, serta bagaimana identitas kelompok dibentuk dan dimodifikasi melalui interaksi berkelanjutan..

2.3 Landasan Konsep

Landasan Landasan konsep merupakan penjabaran dari teori-teori yang menjadi dasar berpikir peneliti dalam memahami fokus penelitian. Pada penelitian ini, konsep-konsep utama yang digunakan mencakup komunikasi sebagai praktik budaya (berdasarkan etnografi komunikasi), pembentukan identitas sosial (berdasarkan teori identitas sosial), dan makna simbolik dalam interaksi (berdasarkan teori interaksionisme simbolik). Ketiga konsep tersebut saling terkait untuk menjelaskan bagaimana anggota komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang menggunakan komunikasi sebagai sarana membentuk, meneguhkan, dan mengekspresikan identitas sosial serta nilai-nilai budaya mereka.

Penelitian ini memandang bahwa komunikasi dalam komunitas Vespa tidak hanya sekadar proses pertukaran pesan, melainkan juga sebuah praktik sosial yang sarat makna simbolik. Melalui pendekatan etnografi komunikasi, peneliti dapat memahami bagaimana anggota komunitas menciptakan dan mempertahankan pola komunikasi yang khas, mencakup bahasa, istilah, ritual, dan simbol-simbol visual seperti atribut dan gaya berpakaian. Komunikasi tersebut menjadi bentuk ekspresi budaya yang merepresentasikan nilai solidaritas, kebersamaan, dan gaya hidup khas komunitas Vespa.

Selanjutnya, teori identitas sosial menjadi dasar untuk menjelaskan bagaimana keanggotaan dalam komunitas Vespa membentuk identitas diri dan kolektif. Proses identifikasi ini tidak hanya terjadi melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan komunitas, tetapi juga melalui komunikasi simbolik yang membedakan mereka dari kelompok sosial lain. Anggota komunitas memperoleh rasa memiliki (*sense of belonging*) dan status sosial melalui partisipasi aktif serta penggunaan simbol-simbol yang diakui bersama. Dengan demikian, identitas sosial komunitas Vespa terbentuk dan dipelihara melalui interaksi sosial yang berulang dan bermakna.

Selain itu, teori interaksionisme simbolik memperkuat pemahaman tentang bagaimana makna dan identitas tersebut terus dinegosiasikan melalui komunikasi sehari-hari. Makna tidak bersifat tetap, melainkan dibangun melalui pengalaman bersama dan interpretasi simbol-simbol yang digunakan oleh anggota komunitas. Dalam konteks komunitas Vespa, simbol seperti Vespa klasik, pakaian komunitas, dan ritual touring tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga berfungsi sebagai media untuk mengkomunikasikan nilai-nilai, status, dan kebersamaan antaranggota. Interaksi sosial yang terjadi menjadi ruang bagi anggota untuk menegosiasikan makna dan memperkuat identitas kelompoknya.

Dengan menggabungkan ketiga konsep tersebut, penelitian ini berupaya menjelaskan bahwa komunikasi dalam komunitas Vespa merupakan praktik budaya yang berfungsi untuk membangun dan mempertahankan identitas sosial melalui interaksi simbolik. Kerangka konseptual ini menempatkan komunikasi sebagai pusat dalam dinamika sosial budaya komunitas Vespa, di mana setiap tindakan dan simbol memiliki makna yang membentuk struktur sosial dan identitas kolektif mereka.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini bersifat sirkular dan negosiatif. Praktik komunikasi membentuk makna simbolik dan identitas sosial, yang selanjutnya memengaruhi praktik komunikasi berikutnya. Proses ini berlangsung secara terus-menerus dan memungkinkan terjadinya perubahan,

konflik, serta penyesuaian makna.

Kerangka ini menempatkan komunikasi sebagai arena produksi makna yang dinamis, sejalan dengan prinsip etnografi komunikasi dan interaksionisme simbolik.

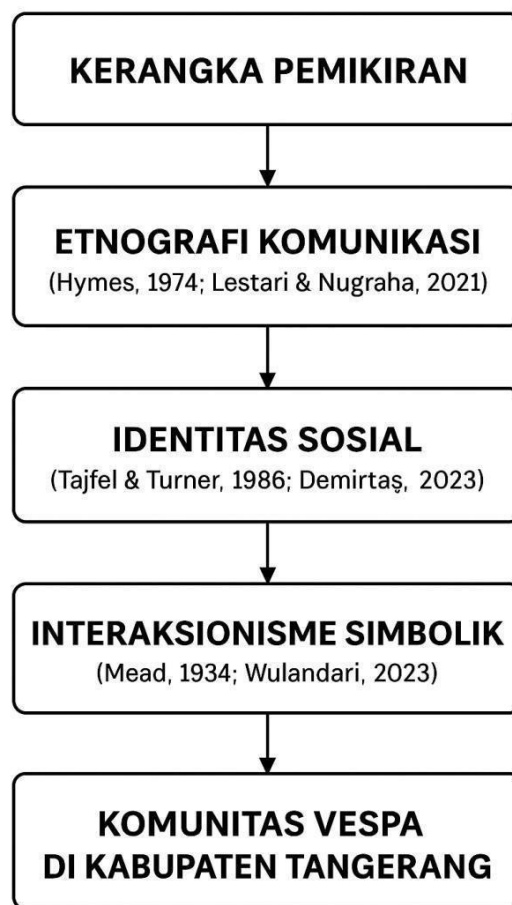
Kerangka pemikiran Kerangka pemikiran penelitian ini berangkat dari pandangan bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, melainkan juga sebagai praktik budaya yang membentuk dan merefleksikan identitas sosial suatu kelompok. Berdasarkan teori Etnografi Komunikasi (Hymes, 1974; Lestari & Nugraha, 2021), pola komunikasi dalam komunitas Vespa menjadi kunci untuk memahami dinamika sosial dan budaya yang tumbuh di dalamnya. Melalui pola komunikasi yang khas, seperti penggunaan istilah internal, simbol visual, serta aktivitas bersama seperti touring dan kopdar, anggota komunitas tidak hanya membangun hubungan sosial, tetapi juga meneguhkan nilai-nilai budaya yang membedakan mereka dari kelompok lain. Dengan demikian, komunikasi dalam komunitas Vespa merupakan bentuk ekspresi budaya yang hidup dan bermakna.

Selanjutnya, teori Identitas Sosial (Tajfel & Turner, 1986; Demirtaş, 2023) menjadi dasar untuk memahami bagaimana proses komunikasi tersebut berkontribusi terhadap pembentukan identitas kelompok. Anggota komunitas Vespa mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian dari kelompok melalui simbol-simbol, bahasa, serta nilai kebersamaan yang mereka anut. Proses identifikasi ini menghasilkan solidaritas sosial dan rasa memiliki (sense of belonging) yang kuat di antara anggota. Komunikasi antaranggota berperan penting dalam memperkuat batas identitas baik terhadap sesama anggota maupun terhadap masyarakat luar sehingga terbentuklah struktur sosial yang solid di dalam komunitas. Identitas sosial yang kuat ini menjadi ciri khas budaya komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang.

Akhirnya, teori Interaksionisme Simbolik (Mead, 1934; Wulandari, 2023) memberikan kerangka untuk memahami bagaimana makna dan identitas sosial terus dibentuk melalui proses interaksi sehari-hari. Simbol-simbol seperti Vespa klasik, atribut komunitas, hingga ritual touring tidak hanya dipandang

sebagai benda atau aktivitas semata, melainkan sebagai representasi nilai dan pengalaman bersama. Makna simbolik ini lahir dari interpretasi dan negosiasi antaranggota dalam setiap interaksi sosial. Dengan menggabungkan ketiga teori tersebut, kerangka pemikiran penelitian ini menegaskan bahwa pola komunikasi khas komunitas Vespa membentuk struktur makna yang menghubungkan simbol budaya, identitas sosial, dan praktik komunikasi dalam kehidupan sehari-hari komunitas di Kabupaten Tangerang.

Gambar 2.1



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan kerangka berpikir yang menjelaskan cara pandang peneliti terhadap fenomena yang dikaji, mencakup asumsi dasar tentang realitas sosial, hubungan antara peneliti dan subjek penelitian, serta cara memperoleh pengetahuan. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang berangkat dari pandangan bahwa realitas sosial dibangun melalui interaksi dan interpretasi manusia terhadap dunia sosialnya. Dalam konteks komunitas Vespa, makna dan identitas sosial tidak dianggap sebagai sesuatu yang tetap, melainkan hasil dari proses komunikasi yang berlangsung secara dinamis dan terus-menerus. Paradigma ini memungkinkan peneliti memahami makna di balik simbol, perilaku, dan interaksi yang menjadi bagian dari kehidupan komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang.

Paradigma konstruktivis menekankan pentingnya memahami perspektif subjek penelitian, bukan sekadar mengukur atau menguji fenomena secara kuantitatif. Peneliti berupaya menggali pengalaman, pandangan, dan interpretasi anggota komunitas terhadap praktik komunikasi yang mereka jalankan. Menurut Creswell dan Poth (2018), paradigma ini memandang pengetahuan sebagai hasil konstruksi sosial yang terbentuk melalui interaksi dan refleksi bersama. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif dengan peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan dan menafsirkan data melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi.

Dalam paradigma ini, bahasa dan simbol memiliki peran penting sebagai alat utama dalam proses konstruksi makna sosial. Melalui pendekatan etnografi komunikasi, peneliti menelaah bagaimana pola komunikasi, penggunaan bahasa, serta simbol-simbol budaya menjadi sarana bagi anggota komunitas Vespa untuk membangun dan mempertahankan identitas sosial

mereka. Hal ini sejalan dengan pandangan Berger dan Luckmann (1966) yang menyatakan bahwa realitas sosial dibentuk dan dipelihara melalui proses komunikasi yang berulang. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berfokus pada apa yang dikatakan atau dilakukan, tetapi juga pada bagaimana makna tersebut diciptakan dan dinegosiasikan dalam konteks budaya tertentu.

Selain itu, paradigma konstruktivis juga menempatkan peneliti sebagai bagian dari proses penciptaan makna, bukan sebagai pengamat pasif. Peneliti terlibat langsung dalam memahami situasi sosial komunitas Vespa melalui interaksi yang intens dengan para anggotanya. Proses ini memungkinkan peneliti menangkap nuansa makna, nilai, dan simbol yang mungkin tidak terlihat dari luar. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mendalam tentang realitas sosial yang hidup di dalam komunitas tersebut, bukan sekadar representasi data deskriptif.

Secara keseluruhan, paradigma penelitian ini berfungsi sebagai landasan epistemologis dan ontologis dalam memahami komunikasi sebagai praktik budaya. Melalui paradigma konstruktivis, penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana anggota komunitas Vespa membangun dan menegosiasikan identitas sosial serta nilai budaya mereka melalui interaksi simbolik dan komunikasi sehari-hari. Paradigma ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menafsirkan proses sosial yang melatarbelakanginya, sehingga hasil penelitian dapat memberikan kontribusi konseptual terhadap studi komunikasi budaya di Indonesia.



Gambar 3.1 Paradigma penelitian

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi komunikasi. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami praktik komunikasi sebagai proses budaya yang bersifat kontekstual, dinamis, dan sarat negosiasi makna. Sejalan dengan kerangka teoretis pada BAB I dan BAB II, komunikasi diposisikan sebagai arena sosial tempat identitas sosial diproduksi, dinegosiasikan, dan dipertentangkan melalui interaksi simbolik.

Etnografi komunikasi memungkinkan peneliti memahami komunikasi tidak hanya sebagai pertukaran pesan, tetapi sebagai praktik sosial yang terikat pada norma, nilai, dan konteks situasi tutur. Komunitas Vespa dalam penelitian ini dipahami sebagai speech community yang memiliki aturan komunikasi, simbol, dan pola interaksi khas.

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi komunikasi. Jenis penelitian kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam melalui perspektif subjek yang terlibat di dalamnya. Menurut Sugiyono (2022), penelitian kualitatif menekankan makna di balik tindakan sosial, bukan sekadar mengukur frekuensi perilaku. Pendekatan ini relevan dengan tujuan penelitian, yaitu memahami bagaimana pola komunikasi, simbol, dan nilai budaya dalam komunitas Vespa membentuk identitas sosial mereka. Dengan demikian, penelitian ini lebih berfokus pada eksplorasi makna dan pengalaman daripada pengujian hipotesis.

Pendekatan etnografi komunikasi digunakan karena mampu menggambarkan praktik komunikasi dalam konteks budaya tertentu. Menurut Nurcahyono dan Prasetyo (2020), etnografi komunikasi berupaya menelusuri bagaimana anggota kelompok sosial menggunakan bahasa dan simbol dalam interaksi sehari-hari. Dalam konteks komunitas Vespa, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana anggota komunitas berkomunikasi, menciptakan simbol, serta meneguhkan identitas kolektifnya. Melalui observasi mendalam dan partisipasi langsung, peneliti dapat menangkap dinamika sosial yang hidup dalam praktik komunikasi komunitas

tersebut.

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, karena berupaya memberikan gambaran yang mendalam mengenai fenomena sosial tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel yang diteliti. Sebagaimana dijelaskan oleh Herdiansyah (2021), penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan memahami situasi sosial secara sistematis, faktual, dan akurat. Dalam penelitian ini, peneliti berupaya menggambarkan praktik komunikasi dan interaksi simbolik anggota komunitas Vespa dalam konteks kehidupan sosial budaya mereka di Kabupaten Tangerang.

Sifat penelitian ini juga naturalistik, artinya dilakukan dalam kondisi yang alamiah tanpa intervensi dari peneliti. Peneliti menjadi instrumen utama yang berinteraksi langsung dengan subjek penelitian di lapangan. Menurut Moleong (2021), sifat naturalistik penting dalam penelitian etnografi karena peneliti harus memahami makna dari sudut pandang partisipan, bukan dari perspektif luar. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan melalui keterlibatan aktif peneliti dalam kegiatan komunitas Vespa, seperti kopdar, touring, dan diskusi informal.

Selain bersifat naturalistik, penelitian ini juga interpretatif, karena berupaya menafsirkan makna simbolik dari perilaku komunikasi anggota komunitas. Wibowo (2022) menjelaskan bahwa dalam paradigma interpretatif, peneliti harus menggali makna yang tersembunyi di balik simbol, tindakan, dan bahasa yang digunakan partisipan. Dalam penelitian ini, proses interpretasi dilakukan terhadap simbol-simbol seperti logo komunitas, pakaian khas, serta istilah bahasa yang digunakan dalam interaksi sehari-hari.

Penelitian ini juga bersifat holistik, yaitu melihat fenomena komunikasi secara menyeluruh dalam konteks sosial dan budaya yang melingkupinya. Sari dan Widodo (2021) menegaskan bahwa penelitian etnografi harus memahami hubungan antara bahasa, budaya, dan struktur sosial secara utuh. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berfokus pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga pada aspek nonverbal, ritual, serta konteks sosial yang melatarbelakangi interaksi anggota komunitas Vespa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, naturalistik, interpretatif, dan holistik dengan pendekatan etnografi komunikasi. Kombinasi sifat tersebut memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman mendalam tentang makna sosial di balik pola komunikasi komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memperkaya kajian akademis dalam bidang komunikasi budaya, tetapi juga memberikan kontribusi dalam memahami

praktik komunikasi komunitas motor sebagai bagian dari identitas sosial masyarakat urban di Indonesia..

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi komunikasi. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin memahami pola komunikasi, simbol, serta makna sosial yang terbentuk dalam interaksi antaranggota komunitas Vespa. Menurut Hidayat dan Kurniawan (2021), etnografi komunikasi bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis praktik komunikasi dalam konteks budaya tertentu dengan memerhatikan siapa yang berbicara, kepada siapa, di mana, serta untuk tujuan apa. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman mendalam tentang dinamika komunikasi dan konstruksi identitas yang muncul dalam kegiatan komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara peneliti terlibat langsung dalam kegiatan komunitas seperti kopdar, touring, dan pertemuan internal guna memahami cara anggota berinteraksi. Wawancara dilakukan terhadap anggota aktif komunitas untuk menggali pandangan, pengalaman, dan makna yang mereka lekatkan pada simbol-simbol budaya Vespa. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data lapangan melalui foto, video, dan arsip kegiatan komunitas. Rahmawati dan Santoso (2020) menyebutkan bahwa kombinasi ketiga teknik tersebut penting dalam penelitian etnografi agar peneliti mampu menangkap konteks sosial dan budaya secara utuh.

Proses analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2018) yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan untuk memilah informasi relevan, sedangkan penyajian data bertujuan menyusun temuan secara sistematis dalam bentuk naratif. Penarikan kesimpulan dilakukan secara reflektif dengan terus memverifikasi hasil temuan di

lapangan. Susanto dan Widiyanto (2022) menegaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, validitas data harus dijaga melalui triangulasi sumber dan metode. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan triangulasi untuk memastikan konsistensi antara hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh dari komunitas Vespa.

3.3.1 Sumber Data dan Informan Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari hasil observasi partisipan dan wawancara mendalam dengan anggota komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang, seperti pengurus, anggota aktif, dan anggota baru, yang memiliki pengalaman nyata dalam kegiatan komunitas seperti kopdar, touring, maupun kegiatan sosial. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen pendukung seperti arsip kegiatan komunitas, unggahan media sosial, berita daring, serta literatur ilmiah terkait etnografi komunikasi dan identitas sosial. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pemahaman mendalam tentang budaya komunikasi di komunitas Vespa. Menurut Prasetyo dan Raharjo (2021), purposive sampling digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan informan yang benar-benar memahami fenomena yang diteliti sehingga data yang diperoleh lebih kaya dan bermakna..

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga cara utama, yaitu **observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi**. Observasi partisipan dilakukan dengan cara peneliti ikut terlibat langsung dalam berbagai aktivitas komunitas Vespa seperti kopdar, touring, dan kegiatan sosial untuk memahami konteks komunikasi yang terjadi secara alami. Wawancara mendalam dilakukan terhadap anggota komunitas yang dipilih secara purposif untuk menggali

pengalaman, makna, dan pandangan mereka tentang interaksi dan identitas sosial di dalam komunitas. Sementara itu, teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data pendukung berupa foto, video, arsip, serta konten media sosial komunitas yang merepresentasikan pola komunikasi dan budaya mereka. Menurut *Herlina dan Putri (2020)*, kombinasi ketiga teknik tersebut penting dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena sosial yang dikaji.

3.3.3 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis agar data yang diperoleh relevan dan valid sesuai dengan pendekatan etnografi komunikasi. Tahap pertama adalah persiapan penelitian, yang meliputi penyusunan rancangan penelitian, pengumpulan literatur terkait teori etnografi komunikasi, identitas sosial, dan interaksionisme simbolik, serta perizinan kepada komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang untuk melakukan observasi lapangan. Tahap kedua adalah pengumpulan data lapangan, di mana peneliti melakukan observasi partisipan dengan terlibat langsung dalam kegiatan komunitas, melaksanakan wawancara mendalam terhadap beberapa informan kunci, serta mengumpulkan dokumentasi pendukung seperti foto, video, dan arsip kegiatan. Tahap ketiga adalah analisis data, dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2018) yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sementara yang terus diverifikasi. Tahap terakhir adalah penyusunan laporan penelitian, di mana hasil analisis diinterpretasikan dalam konteks teori dan temuan empiris untuk menjawab pertanyaan penelitian serta menarik implikasi teoretis dan praktis. Menurut *Lestari dan Nugroho (2021)*, tahapan prosedural seperti ini penting dalam penelitian kualitatif agar proses pengumpulan dan analisis data berlangsung secara terarah dan mendalam.).

3.3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2018) yang terdiri atas tiga komponen utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Proses analisis dimulai sejak peneliti berada di lapangan dan terus berlanjut hingga tahap interpretasi akhir. Pada tahap reduksi data, peneliti memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, dan mengorganisasikan data mentah dari hasil observasi, wawancara, serta dokumentasi agar sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif, kutipan wawancara, serta deskripsi konteks sosial budaya komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang, agar pola komunikasi dan identitas sosial yang muncul dapat dilihat secara lebih jelas. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, di mana peneliti melakukan interpretasi terhadap data untuk menemukan makna, hubungan antarkonsep, serta relevansinya dengan teori etnografi komunikasi dan identitas sosial. Sejalan dengan pendapat Utami dan Handayani (2022), model analisis interaktif memungkinkan peneliti memahami fenomena sosial secara mendalam karena bersifat siklis dan reflektif, sehingga setiap tahap saling memengaruhi hingga diperoleh kesimpulan yang valid dan bermakna.

3.3.5 Validitas Data

Validitas data dalam penelitian ini dijaga melalui **teknik** triangulasi, yaitu membandingkan dan memverifikasi data dari berbagai sumber, metode, dan waktu pengumpulan yang berbeda. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dari beberapa anggota komunitas Vespa yang memiliki latar belakang berbeda (pengurus, anggota aktif, dan anggota baru), serta triangulasi metode dengan menggabungkan hasil observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Selain itu, dilakukan juga triangulasi waktu, yaitu pengumpulan data dalam beberapa kesempatan kegiatan komunitas

seperti kopdar, touring, dan kegiatan sosial agar diperoleh gambaran komunikasi yang konsisten dan autentik. Menurut *Moleong (2019)*, validitas dalam penelitian kualitatif tidak diukur melalui angka statistik, tetapi melalui tingkat kepercayaan dan keaslian data yang diperoleh dari partisipasi mendalam di lapangan. Untuk memperkuat keabsahan, peneliti juga menerapkan member check, yaitu mengonfirmasi kembali hasil interpretasi kepada informan untuk memastikan kesesuaian makna. *Suryani dan Fajar (2021)* menambahkan bahwa kombinasi triangulasi dan member check merupakan strategi penting untuk menjamin kredibilitas dan objektivitas hasil penelitian kualitatif, khususnya dalam studi etnografi komunikasi yang menekankan pemahaman makna dalam konteks budaya.. Validitas data dalam penelitian ini dijaga melalui teknik triangulasi, yaitu membandingkan dan memverifikasi data dari berbagai sumber, metode, dan waktu pengumpulan yang berbeda. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dari beberapa anggota komunitas Vespa yang memiliki latar belakang berbeda (pengurus, anggota aktif, dan anggota baru), serta triangulasi metode dengan menggabungkan hasil observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Selain itu, dilakukan juga triangulasi waktu, yaitu pengumpulan data dalam beberapa kesempatan kegiatan komunitas seperti kopdar, touring, dan kegiatan sosial agar diperoleh gambaran komunikasi yang konsisten dan autentik. Menurut *Moleong (2019)*, validitas dalam penelitian kualitatif tidak diukur melalui angka statistik, tetapi melalui tingkat kepercayaan dan keaslian data yang diperoleh dari partisipasi mendalam di lapangan. Untuk memperkuat keabsahan, peneliti juga menerapkan member check, yaitu mengonfirmasi kembali hasil interpretasi kepada informan untuk memastikan kesesuaian makna. *Suryani dan Fajar (2021)* menambahkan bahwa kombinasi triangulasi dan member check merupakan strategi penting untuk menjamin kredibilitas dan objektivitas hasil penelitian kualitatif, khususnya dalam studi etnografi komunikasi yang menekankan pemahaman makna dalam konteks budaya.

3.4 Pemilihan Informan

Dalam Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan dipilih karena dianggap memiliki pemahaman mendalam, pengalaman langsung, serta keterlibatan aktif dalam kegiatan komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang. Kriteria informan mencakup pengurus komunitas, anggota senior, dan anggota baru yang aktif mengikuti kegiatan seperti kopdar, touring, dan kegiatan sosial. Tujuannya adalah untuk memperoleh beragam perspektif tentang pola komunikasi, penggunaan simbol, serta pembentukan identitas sosial dan budaya dalam komunitas. Menurut Sugiyono (2021), purposive sampling memungkinkan peneliti memilih informan yang paling mengetahui permasalahan penelitian, sehingga data yang diperoleh lebih kaya dan bermakna. Selain itu, jumlah informan tidak ditentukan secara kaku, tetapi bergantung pada prinsip saturation point ketika data yang diperoleh sudah berulang dan tidak lagi memberikan informasi baru. Sejalan dengan pendapat Hidayat dan Rahmawati (2020), pemilihan informan secara purposif dalam penelitian etnografi komunikasi sangat penting karena memungkinkan peneliti memahami konteks sosial dan budaya komunikasi secara lebih mendalam dan autentik.

Penentuan subjek penelitian dalam etnografi komunikasi tidak didasarkan pada struktur administratif atau jabatan formal dalam komunitas, melainkan pada peran komunikatif dan posisi simbolik yang dimiliki individu dalam praktik interaksi sosial. Pendekatan ini berangkat dari asumsi bahwa makna, norma, dan identitas sosial dalam komunitas diproduksi dan direproduksi melalui komunikasi sehari-hari, sehingga individu yang memiliki pengaruh komunikatif belum tentu menempati posisi struktural tertentu. Oleh karena itu, klasifikasi informan dalam penelitian ini dirancang untuk menangkap dinamika komunikasi secara lebih kritis dan kontekstual.

Klasifikasi informan berdasarkan peran komunikatif memungkinkan

peneliti mengidentifikasi bagaimana makna dibangun, dinegosiasikan, dan dipertentangkan dalam komunitas Vespa. Pendekatan ini juga menghindari reduksi analisis yang hanya berfokus pada suara elite atau pengurus komunitas, yang berpotensi menutupi praktik komunikasi yang berlangsung di tingkat interaksi sehari-hari. Dengan demikian, pemilihan informan tidak dimaksudkan untuk mewakili struktur organisasi, melainkan untuk merepresentasikan variasi posisi simbolik dalam komunitas.

Kategori pertama adalah informan kunci (*cultural brokers*), yaitu anggota yang berperan sebagai rujukan utama dalam menjelaskan simbol, nilai, dan norma komunikasi komunitas. Informan ini tidak hanya memiliki pengalaman panjang dalam komunitas, tetapi juga diakui oleh anggota lain sebagai pihak yang mampu menafsirkan dan menjelaskan makna praktik komunikasi. Dalam konteks etnografi komunikasi, informan kunci berfungsi sebagai penghubung antara perspektif internal komunitas dan kerangka analitis peneliti. Namun demikian, informasi yang diberikan oleh informan kunci tidak diterima secara *taken for granted*, melainkan tetap dikritisi dan dibandingkan dengan data observasi serta wawancara informan lain untuk menghindari bias dominasi makna.

Kategori kedua adalah informan aktif, yaitu anggota yang terlibat secara rutin dalam kegiatan komunitas dan berpartisipasi aktif dalam interaksi komunikasi sehari-hari. Informan ini memainkan peran penting dalam mereproduksi norma komunikasi dan praktik simbolik komunitas melalui interaksi yang berulang. Analisis terhadap informan aktif memungkinkan peneliti memahami bagaimana norma komunikasi dijalankan dalam praktik, termasuk bagaimana anggota menyesuaikan diri, menegosiasikan identitas, atau bahkan menyimpang dari aturan tidak tertulis yang berlaku. Keberadaan informan aktif juga membantu mengungkap dinamika komunikasi yang bersifat cair dan tidak selalu sejalan dengan narasi normatif yang disampaikan oleh informan kunci.

Kategori ketiga adalah informan perifer, yaitu anggota baru atau anggota dengan tingkat keterlibatan rendah yang masih berada dalam proses adaptasi

terhadap norma dan simbol komunikasi komunitas. Informan perifer memiliki posisi penting dalam analisis karena pengalaman mereka sering kali memperlihatkan friksi, ambiguitas, atau ketegangan dalam proses sosialisasi komunitas. Melalui perspektif informan perifer, peneliti dapat mengamati bagaimana batas antara “anggota” dan “nonanggota” dikonstruksi secara komunikatif, serta bagaimana norma dan simbol komunitas diuji, dinegosiasikan, atau bahkan dipertanyakan. Dengan demikian, informan perifer tidak dipandang sebagai sumber data sekunder, melainkan sebagai titik analisis kritis terhadap mekanisme inklusi dan eksklusi dalam komunitas.

Dengan mengklasifikasikan informan berdasarkan peran komunikatif, penelitian ini berupaya menangkap kompleksitas praktik komunikasi komunitas Vespa secara lebih utuh. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang tidak hanya berfokus pada stabilitas makna, tetapi juga pada dinamika, ketegangan, dan proses negosiasi identitas yang berlangsung dalam interaksi sosial. Klasifikasi ini sekaligus menegaskan posisi penelitian sebagai etnografi komunikasi yang berorientasi pada proses, bukan sekadar deskripsi struktur sosial.

3.5 Refleksivitas dan Posisi Peneliti

Dalam penelitian etnografi, peneliti merupakan bagian dari proses produksi data. Peneliti dalam penelitian ini memosisikan diri sebagai outsider yang memiliki ketertarikan akademik terhadap budaya komunitas Vespa, namun tidak tergabung sebagai anggota inti komunitas.

Akses terhadap komunitas diperoleh melalui salah satu anggota yang berperan sebagai gatekeeper. Relasi ini memengaruhi proses pengumpulan data, terutama pada tahap awal ketika kepercayaan dan penerimaan komunitas masih dalam tahap negosiasi. Posisi peneliti sebagai outsider memberikan jarak analitis dalam menafsirkan praktik komunikasi, namun juga berpotensi membatasi akses terhadap makna simbolik tertentu. Untuk meminimalkan bias, peneliti melakukan refleksi berkelanjutan melalui pencatatan lapangan dan evaluasi kritis terhadap keterlibatan selama proses penelitian, sejalan dengan

prinsip reflektivitas dalam etnografi komunikasi.

Dalam penelitian etnografi komunikasi, posisi peneliti tidak dipandang sebagai entitas netral yang sepenuhnya berada di luar realitas sosial yang diteliti. Sebaliknya, peneliti merupakan bagian dari proses produksi makna dan interpretasi data. Oleh karena itu, reflektivitas menjadi aspek metodologis yang tidak terpisahkan dari penelitian ini. Reflektivitas digunakan untuk menyadari, mengevaluasi, dan mengelola bagaimana latar belakang, posisi sosial, serta keterlibatan peneliti memengaruhi proses pengumpulan dan analisis data.

Dalam penelitian ini, peneliti diposisikan sebagai outsider, yakni tidak tergabung sebagai anggota struktural maupun anggota inti komunitas Vespa yang diteliti. Posisi ini memberikan keuntungan analitis berupa jarak kritis dalam mengamati praktik komunikasi, namun sekaligus menghadirkan tantangan dalam memperoleh akses dan kepercayaan dari anggota komunitas. Akses awal ke lapangan diperoleh melalui seorang anggota komunitas yang berperan sebagai gatekeeper, yang memfasilitasi pengenalan peneliti dengan anggota lain serta membuka ruang partisipasi dalam kegiatan komunitas.

Kesadaran terhadap relasi kuasa menjadi bagian penting dari reflektivitas peneliti. Hubungan antara peneliti dan informan tidak bersifat sepenuhnya setara, karena peneliti memiliki otoritas dalam proses dokumentasi dan interpretasi data. Untuk mengelola relasi kuasa tersebut, peneliti berupaya membangun interaksi yang bersifat dialogis, menghindari sikap evaluatif, serta memberi ruang bagi informan untuk menjelaskan makna praktik komunikasi berdasarkan perspektif mereka sendiri. Langkah ini dilakukan untuk meminimalkan dominasi perspektif peneliti dalam proses analisis.

Reflektivitas juga diwujudkan melalui pencatatan lapangan yang tidak hanya memuat deskripsi peristiwa komunikasi, tetapi juga refleksi kritis terhadap pengalaman peneliti selama berada di lapangan. Peneliti secara sadar mencatat perubahan sikap komunitas terhadap kehadiran peneliti, respons emosional peneliti terhadap situasi tertentu, serta potensi bias yang muncul selama interaksi. Catatan reflektif ini menjadi bagian penting dalam proses

interpretasi data, karena membantu peneliti membedakan antara makna yang berasal dari praktik sosial komunitas dan asumsi pribadi peneliti.

Dengan menerapkan reflektivitas secara berkelanjutan, penelitian ini tidak mengklaim objektivitas absolut, melainkan menawarkan interpretasi yang bertanggung jawab secara metodologis. Posisi peneliti diakui secara eksplisit sebagai bagian dari konteks penelitian, sehingga temuan yang dihasilkan dapat dipahami sebagai hasil konstruksi makna yang diperoleh melalui interaksi sosial di lapangan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip etnografi komunikasi yang menempatkan pemahaman kontekstual dan kesadaran epistemologis sebagai fondasi utama penelitian kualitatif.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Subjek dan Objek Penelitian

4.1.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah anggota komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang yang aktif mengikuti kegiatan touring, kopdar, dan aktivitas komunitas lainnya. Mereka dipilih berdasarkan keterlibatan langsung dalam komunikasi komunitas sehingga mampu memberikan gambaran jelas mengenai dinamika interaksi sosial yang terjadi. Pernyataan informan menunjukkan bahwa Komunitas ini menjunjung tinggi solidaritas dan kebersamaan tanpa adanya senioritas. Ketua komunitas Vespa menjadi subjek utama karena ia memahami struktur dan mekanisme komunikasi komunitas secara menyeluruh. Ia menegaskan bahwa saat touring, komunikasi dilakukan menggunakan perangkat intercom dan aplikasi Discord yang memungkinkan koordinasi real-time. Hal ini terlihat dalam pernyataannya bahwa Kalau touring pasti pakai intercom yang disambungkan ke HP, lalu pakai aplikasi Discord biar bisa mendengar semua anggota.

Selain ketua komunitas, anggota senior dan anggota baru dipilih sebagai subjek tambahan untuk melihat keberagaman persepsi dan pengalaman komunikasi di dalam komunitas. Mereka menggambarkan suasana kopdar yang santai namun tetap menjaga etika sebagaimana diungkapkan informan bahwa Di kopdar komunikasi santai saja, yang penting tetap sopan dan saling menghormati. Keberagaman subjek memberikan kekayaan data mengenai proses komunikasi yang terjadi, baik secara digital maupun tatap muka. Interaksi saat touring yang penuh canda dan kebersamaan juga membentuk identitas sosial anggota, sesuai

dengan kutipan informan bahwa Saat touring kami bercanda seperti teman nongkrong biasa, dan itu membangun kenangan.

4.1.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah pola komunikasi yang berkembang dalam komunitas Vespa Tangerang. Pola tersebut meliputi komunikasi verbal, nonverbal, serta penggunaan media sosial sebagai alat koordinasi dan interaksi antaranggota. Informan menyebutkan bahwa sapaan khas komunitas adalah Sapaan khas seperti ngedim atau membunyikan klakson saat berpapasan menjadi identitas anak Vespa. Objek penelitian juga mencakup simbol komunikasi seperti logo komunitas dan stiker kendaraan yang menjadi identitas visual bagi para anggota. Hal ini ditegaskan ketua komunitas dengan pernyataannya bahwa Logo komunitas kami tempel dalam bentuk stiker di bagian depan motor sebagai identitas saat touring.

Budaya solidaritas dalam komunitas juga menjadi bagian dari objek penelitian, karena nilai ini berperan besar dalam membentuk pola interaksi anggota. Informan menyatakan bahwa komunitas menjunjung tinggi kesetaraan dan solidaritas sebagaimana dinyatakan Komunitas ini menjunjung tinggi solidaritas dan kebersamaan tanpa adanya senioritas. Selain itu, objek penelitian mencakup penggunaan media sosial sebagai ruang interaksi digital. Media sosial seperti WhatsApp dan Instagram membantu memperkuat komunikasi serta memperluas jangkauan komunitas. Hal ini sesuai seperti pernyataan informan bahwa Media sosial sangat efektif meningkatkan awareness dan solidaritas komunitas.

4.2 Hasil Pembahasan

4.2.1 Praktik Komunikasi sebagai Produksi Makna Simbolik dalam Komunitas Vespa

Praktik komunikasi dalam komunitas Vespa tidak dapat dipahami semata-mata sebagai sarana penyampaian informasi atau bentuk interaksi sosial yang bersifat netral. Dalam perspektif etnografi komunikasi, praktik komunikasi justru menjadi medium utama dalam memproduksi dan menegosiasikan makna simbolik yang membentuk identitas dan struktur sosial komunitas. Oleh karena itu, analisis pada subbab ini tidak berhenti pada deskripsi bentuk komunikasi, melainkan berfokus pada fungsi simbolik dan implikasi sosial dari praktik komunikasi tersebut. Salah satu narasi yang dominan muncul dalam interaksi komunitas Vespa adalah penyebutan komunitas sebagai “keluarga” dan ruang kebersamaan. Narasi ini berulang dalam berbagai situasi tutur, baik dalam pertemuan formal maupun percakapan informal antaranggota. Namun, narasi tersebut tidak dapat dibaca secara literal sebagai cerminan hubungan emosional semata, melainkan sebagai simbol moral yang mengatur relasi sosial di dalam komunitas. Penyebutan “keluarga” berfungsi untuk menegaskan loyalitas, kedekatan, serta kewajiban tidak tertulis antaranggota, sekaligus membangun perbedaan simbolik dengan pihak luar.

Makna simbolik solidaritas yang diproduksi melalui praktik komunikasi ini juga memiliki implikasi relasi kuasa. Anggota yang dianggap memahami dan mempraktikkan nilai kebersamaan secara konsisten cenderung memperoleh legitimasi simbolik yang lebih kuat dalam komunitas. Sebaliknya, anggota yang belum sepenuhnya menyesuaikan diri dengan gaya komunikasi dan norma tidak tertulis berpotensi diposisikan secara marginal, meskipun secara administratif telah terdaftar sebagai anggota. Dengan demikian, solidaritas tidak hanya berfungsi sebagai nilai kolektif, tetapi juga sebagai mekanisme

pengaturan posisi sosial dalam komunitas. Dalam konteks ini, praktik komunikasi sehari-hari seperti candaan internal, penggunaan istilah khas komunitas, serta cara menyapa antaranggota menjadi indikator penting dalam membaca proses produksi makna. Praktik-praktik tersebut berfungsi sebagai penanda keanggotaan simbolik yang tidak selalu disadari secara eksplisit oleh para anggota. Anggota lama cenderung menguasai simbol dan kode komunikasi ini, sementara anggota baru berada dalam posisi belajar dan menyesuaikan diri. Proses ini menunjukkan bahwa komunikasi berperan sebagai mekanisme sosialisasi sekaligus seleksi simbolik.

Meskipun komunitas sering merepresentasikan dirinya sebagai ruang yang inklusif, data lapangan menunjukkan adanya ambiguitas dalam praktik komunikasi tersebut. Beberapa informan perifer mengungkapkan kebingungan terhadap norma komunikasi yang tidak pernah dijelaskan secara formal, tetapi diharapkan untuk dipahami. Ambiguitas ini memperlihatkan ketegangan antara wacana keterbukaan dan praktik eksklusi simbolik yang bekerja secara halus. Ketegangan tersebut jarang diekspresikan secara terbuka, namun hadir dalam bentuk pengabaian komunikatif, candaan bernuansa hierarkis, atau pembatasan partisipasi dalam interaksi tertentu. Dengan menggunakan perspektif etnografi komunikasi dan interaksionisme simbolik, praktik komunikasi dalam komunitas Vespa dapat dipahami sebagai arena produksi makna yang dinamis dan tidak sepenuhnya harmonis. Komunikasi tidak hanya membangun rasa kebersamaan, tetapi juga menjadi sarana pembentukan batas sosial, distribusi legitimasi simbolik, serta negosiasi identitas keanggotaan. Temuan ini menegaskan bahwa identitas dan solidaritas komunitas tidak bersifat *given*, melainkan terus diproduksi dan dipertahankan melalui interaksi sosial sehari-hari.

4.2.2 Negosiasi Identitas antara Anggota Lama dan Anggota Baru

Identitas keanggotaan dalam komunitas Vespa tidak hadir

sebagai status yang otomatis melekat pada individu sejak bergabung secara administratif. Sebaliknya, identitas tersebut dibentuk melalui proses negosiasi berkelanjutan yang berlangsung dalam interaksi komunikasi sehari-hari. Dalam konteks ini, perbedaan antara anggota lama dan anggota baru tidak semata-mata ditentukan oleh durasi keanggotaan, tetapi oleh tingkat penguasaan terhadap simbol, norma, dan gaya komunikasi yang diakui secara kolektif dalam komunitas.

Anggota lama cenderung menempati posisi simbolik yang lebih stabil karena telah melewati proses sosialisasi komunikasi dalam jangka waktu yang panjang. Penguasaan terhadap istilah khas, humor internal, serta pemahaman terhadap norma tidak tertulis memberikan legitimasi simbolik yang sulit diperoleh secara instan oleh anggota baru. Praktik komunikasi ini berfungsi sebagai penanda identitas yang membedakan “orang dalam” dan “orang yang masih belajar”, tanpa perlu dinyatakan secara eksplisit. Dengan demikian, identitas anggota lama dipertahankan melalui pengulangan praktik komunikasi yang dianggap “wajar” dan “alami” oleh komunitas.

Sebaliknya, anggota baru berada dalam posisi negosiasi identitas yang lebih rentan dan tidak pasti. Meskipun secara formal telah diterima sebagai anggota, mereka masih harus membuktikan diri melalui kemampuan menyesuaikan gaya komunikasi, memahami simbol komunitas, dan membaca situasi tutur yang tepat. Proses ini sering kali tidak disertai panduan formal, sehingga anggota baru harus belajar melalui observasi, pengalaman langsung, dan koreksi implisit dari anggota lama. Ketidakpastian ini menunjukkan bahwa identitas keanggotaan bukan sekadar status, melainkan hasil dari proses interpretasi dan pengakuan sosial.

Negosiasi identitas antara anggota lama dan anggota baru juga memperlihatkan adanya relasi kuasa simbolik yang bekerja

secara halus. Anggota lama memiliki otoritas simbolik untuk menentukan praktik komunikasi mana yang dianggap sesuai atau menyimpang. Otoritas ini jarang diwujudkan dalam bentuk larangan eksplisit, tetapi muncul melalui mekanisme komunikasi seperti candaan korektif, sindiran, atau pengabaian terhadap partisipasi anggota baru. Melalui mekanisme tersebut, batas identitas keanggotaan dipertahankan tanpa harus dikodifikasikan secara formal.

Meskipun komunitas secara wacana sering menekankan nilai keterbukaan dan kebersamaan, praktik komunikasi menunjukkan bahwa proses penerimaan identitas tidak sepenuhnya egaliter. Beberapa anggota baru mengungkapkan pengalaman ambivalen antara merasa diterima secara simbolik dan tetap berada pada posisi perifer dalam interaksi tertentu. Ambivalensi ini memperlihatkan bahwa identitas sosial dalam komunitas Vespa bersifat dinamis, tidak stabil, dan terus diproduksi melalui interaksi. Dengan demikian, identitas keanggotaan tidak dapat dipahami sebagai hasil akhir yang statis, melainkan sebagai proses sosial yang selalu dinegosiasikan dalam praktik komunikasi sehari-hari.

4.2.3 Mekanisme Inklusi–Eksklusi: Batas Anggota dan Nonanggota dalam Praktik Komunikasi

Dalam komunitas Vespa, batas antara anggota dan nonanggota tidak ditentukan semata-mata melalui keanggotaan administratif atau kepemilikan kendaraan, melainkan dibangun dan dipertahankan melalui praktik komunikasi sehari-hari. Etnografi komunikasi memungkinkan batas tersebut dibaca sebagai konstruksi simbolik yang bekerja secara halus, tidak selalu disadari, dan jarang diungkapkan secara eksplisit. Dengan demikian, inklusi dan eksklusi tidak berlangsung dalam bentuk penolakan terbuka, melainkan melalui mekanisme komunikasi yang terinternalisasi dalam interaksi sosial.

Salah satu mekanisme inklusi simbolik terlihat dalam penggunaan bahasa, istilah khas, dan humor internal yang hanya dapat dipahami oleh mereka yang telah lama berinteraksi dalam komunitas. Praktik komunikasi ini berfungsi sebagai penanda keanggotaan yang tidak tertulis, sekaligus sebagai alat seleksi simbolik. Individu yang mampu mengikuti dan merespons simbol komunikasi tersebut cenderung dianggap sebagai “bagian dari dalam”, sementara mereka yang tidak memahami sering kali ditempatkan pada posisi perifer. Mekanisme ini menunjukkan bahwa inklusi tidak hanya bergantung pada kehadiran fisik, tetapi pada kompetensi komunikatif yang diakui secara kolektif.

Sebaliknya, eksklusi dalam komunitas Vespa jarang diwujudkan melalui larangan formal atau pengusiran eksplisit. Eksklusi lebih sering terjadi dalam bentuk pengabaian komunikatif, pembatasan partisipasi dalam percakapan tertentu, atau tidak diberikannya akses terhadap informasi dan aktivitas komunitas. Praktik-praktik ini menciptakan batas sosial yang tidak kasat mata, namun efektif dalam membedakan siapa yang dianggap “anggota penuh” dan siapa yang sekadar hadir secara nominal. Eksklusi semacam ini bersifat simbolik, tetapi memiliki dampak nyata terhadap pengalaman keanggotaan individu.

Relasi kuasa simbolik memainkan peran penting dalam mekanisme inklusi–eksklusi tersebut. Anggota lama dan individu yang memiliki legitimasi simbolik lebih kuat cenderung menjadi penjaga norma komunikasi komunitas. Melalui kontrol atas simbol, gaya bicara, dan definisi situasi tutur, mereka secara tidak langsung menentukan standar keanggotaan yang sah. Kuasa ini jarang dipertanyakan secara terbuka karena dibungkus dalam wacana kebersamaan dan solidaritas, sehingga eksklusi yang terjadi sering kali dinormalisasi sebagai bagian dari dinamika sosial komunitas.

Meskipun komunitas Vespa secara wacana

merepresentasikan dirinya sebagai ruang yang terbuka dan inklusif, temuan penelitian menunjukkan adanya ketegangan antara wacana tersebut dan praktik komunikasi sehari-hari. Batas antara anggota dan nonanggota terus diproduksi dan dinegosiasikan melalui interaksi, bukan ditetapkan secara final. Dengan membaca mekanisme inklusi–eksklusi sebagai praktik komunikasi, penelitian ini menegaskan bahwa identitas keanggotaan bersifat dinamis dan selalu berada dalam proses, serta tidak dapat dilepaskan dari relasi kuasa dan makna simbolik yang bekerja dalam komunitas.

4.2.4 Pola komunikasi yang terbentuk dalam komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang dalam aktivitas sehari-hari maupun kegiatan komunitas seperti kopdar dan touring

Pola komunikasi yang muncul dalam komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang menunjukkan adanya kombinasi antara komunikasi langsung (face-to-face) dan komunikasi bermediasi teknologi (computer-mediated communication). Pada aktivitas sehari-hari, anggota komunitas menggunakan WhatsApp Group sebagai media koordinasi utama, sementara Instagram digunakan sebagai sarana publikasi aktivitas komunitas. Pola ini sesuai dengan teori Media Richness yang dikemukakan Daft & Lengel, di mana pemilihan media dilakukan berdasarkan kebutuhan efektivitas penyampaian pesan. WhatsApp dipilih karena memiliki tingkat richness yang cukup tinggi untuk koordinasi cepat, sedangkan Instagram lebih bersifat informatif dan terbuka untuk publik.

Pada kegiatan kopdar, pola komunikasi lebih bersifat informal dan interpersonal. Interaksi terjadi secara langsung, memungkinkan anggota mengekspresikan emosi, humor, maupun diskusi teknis tentang motor. Pola ini sejalan dengan konsep Speech Community dalam teori Etnografi Komunikasi Hymes, yang menjelaskan bahwa setiap kelompok memiliki cara berkomunikasi yang khas berdasarkan norma, konteks, dan nilai kelompok. Dalam

komunitas Vespa, suasana kopdar mencerminkan nilai egaliter dan kebersamaan karena tidak adanya senioritas yang kaku.

Pola komunikasi saat touring memperlihatkan struktur komunikasi yang lebih terorganisasi. Penggunaan intercom dan aplikasi Discord menjadi medium koordinasi yang efektif untuk menjaga keselamatan dan keteraturan perjalanan. Hal ini sesuai dengan teori Komunikasi Kelompok Fungsional (Functional Group Communication) yang menyatakan bahwa komunikasi dalam kelompok harus mampu meminimalkan risiko dan meningkatkan efektivitas pencapaian tujuan. Temuan lapangan bahwa seluruh anggota dapat mendengar instruksi secara serempak melalui intercom menunjukkan adanya mekanisme komunikasi terencana dalam kegiatan touring.

Selain komunikasi verbal, komunitas Vespa juga menggunakan simbol nonverbal yang menjadi bagian dari pola interaksi, seperti sapaan ngedim, klakson singkat, dan penggunaan atribut Vespa. Hal ini sejalan dengan teori Interaksi Simbolik Mead, yang menekankan bahwa makna diciptakan melalui penggunaan simbol-simbol sosial. Sapaan khas tersebut bukan sekadar tindakan spontan, tetapi bentuk komunikasi identitas yang menunjukkan rasa persaudaraan di antara sesama pengendara Vespa.

Pola komunikasi komunitas Vespa juga dapat dianalisis menggunakan teori Communicative Constitutions of Organizations (CCO), yang menyatakan bahwa sebuah organisasi atau komunitas pada dasarnya terbentuk dan dipertahankan melalui komunikasi. Dalam konteks komunitas Vespa, keberadaan komunitas tidak hanya bertumpu pada visi atau struktur organisasi, tetapi pada praktik komunikasi yang terjadi secara konsisten: pengumuman kegiatan melalui WhatsApp, sapaan khas di jalan, percakapan santai di kopdar, hingga koordinasi saat touring. Semua bentuk komunikasi tersebut secara bersama-sama membangun keberlangsungan komunitas

sebagai entitas sosial yang hidup dan adaptif.

Selain itu, pola komunikasi yang terbentuk juga menunjukkan adanya mekanisme negosiasi makna antaranggota. Hal ini relevan dengan teori Coordinated Management of Meaning (CMM), yang menjelaskan bahwa individu menciptakan makna melalui percakapan yang berkesinambungan. Misalnya, aturan tidak tertulis seperti tidak meninggalkan anggota saat touring atau saling membantu ketika motor mengalami kendala, merupakan hasil dari makna yang dibangun secara kolektif. Aturan tersebut tidak selalu diucapkan secara eksplisit, tetapi dipahami melalui interaksi berulang di antara anggota komunitas.

Pola komunikasi yang muncul pada kegiatan kopdar dapat dikaitkan dengan teori High-Context Communication Hall (1976), di mana sebagian besar pesan bersifat implisit dan dipahami melalui kedekatan hubungan. Dalam komunitas Vespa, anggota tidak perlu komunikasi formal untuk memahami perannya saat berkumpul, karena norma dan kebiasaan sudah terbentuk kuat melalui hubungan interpersonal yang panjang. Kegiatan kopdar yang santai, tanpa struktur formal, mencerminkan karakteristik kelompok berkonteks tinggi yang mengutamakan pemahaman bersama dan pengalaman kolektif.

Terakhir, dinamika komunikasi saat touring memperlihatkan penerapan teori Systems Theory dalam komunikasi kelompok. Touring merupakan aktivitas yang membutuhkan koordinasi kompleks: menjaga kecepatan, saling memberi sinyal, berkomunikasi melalui intercom, dan memastikan keselamatan seluruh anggota. Semua elemen tersebut membentuk sistem komunikasi yang saling bergantung. Jika satu anggota gagal memberikan sinyal atau mengikuti instruksi, dapat memengaruhi keseluruhan rombongan. Dengan demikian, komunikasi touring bukan hanya pertukaran informasi, tetapi sistem terpadu yang mempertahankan kestabilan

kelompok.

Pola komunikasi komunitas Vespa menunjukkan perpaduan antara komunikasi langsung dan komunikasi bermediasi teknologi. Dalam kehidupan sehari-hari, anggota komunitas menggunakan WhatsApp Group sebagai pusat koordinasi informasi. Ketua komunitas menyatakan, “Untuk anggota inti biasanya lewat WhatsApp, biar informasi cepat masuk.” Penggunaan WhatsApp ini selaras dengan teori Media Richness, karena anggota membutuhkan media yang cepat dan responsif. Selain itu, Instagram digunakan untuk publikasi kegiatan komunitas, sebagaimana disebutkan informan, “Publik lebih banyak lihat aktivitas kami di Instagram.”

Pada kegiatan kopdar, komunikasi berlangsung santai namun tetap menghormati norma komunitas. Informan menegaskan bahwa, “Di kopdar komunikasi santai saja, yang penting tetap sopan dan saling menghormati.” Interaksi seperti ini memperlihatkan karakteristik Speech Community dalam teori Hymes, di mana suatu kelompok membangun pola komunikasi khas yang mencerminkan budaya kelompoknya. Kehangatan komunikasi dalam kopdar memperkuat rasa kebersamaan dan menciptakan ruang saling berbagi pengalaman.

Saat touring, pola komunikasi berubah menjadi lebih terstruktur dan fungsional. Ketua komunitas menjelaskan, “Kalau touring pasti pakai intercom yang disambungkan ke HP, lalu pakai Discord biar bisa mendengar semua anggota.” Dalam perspektif teori Komunikasi Kelompok Fungsional, penggunaan teknologi komunikasi ini memungkinkan distribusi instruksi secara serempak sehingga menjaga keselamatan rombongan. Touring membutuhkan koordinasi ketat, sehingga media komunikasi yang digunakan mencerminkan kebutuhan akan efektivitas.

Selain komunikasi verbal, komunitas Vespa juga mengembangkan pola komunikasi nonverbal yang khas. Informan

menyebutkan, “Sapaan ngedim atau bunyi klakson itu memang jadi tanda persaudaraan sesama Vespa.” Simbol nonverbal ini sesuai dengan teori Interaksi Simbolik, yang memandang bahwa tindakan simbolik menciptakan makna dan identitas kelompok. Dengan adanya kode-kode nonverbal ini, anggota komunitas dapat mengenali sesama pengguna Vespa bahkan tanpa percakapan.

4.2.5 Hubungan antara bahasa, perilaku komunikasi, dan budaya komunitas Vespa

Bahasa yang digunakan dalam komunitas Vespa baik verbal maupun nonverbal menunjukkan adanya hubungan erat dengan perilaku komunikasi dan budaya komunitas. Bahasa santai, penuh humor, namun tetap sopan mencerminkan budaya egaliter komunitas tersebut. Hal ini relevan dengan teori Pragmatik Sosial yang menyatakan bahwa penggunaan bahasa dalam komunitas dipengaruhi oleh norma sosial, kedekatan relasional, dan budaya kelompok. Dalam komunitas Vespa, penggunaan sapaan akrab dan gaya bahasa nonformal berfungsi memperkuat kohesi sosial.

Perilaku komunikasi para anggota juga mencerminkan nilai budaya “solidaritas tanpa senioritas”, sebuah konsep yang ditemukan dalam wawancara. Nilai ini sejalan dengan teori Budaya Komunikasi (Cultural Communication Theory), yang menyatakan bahwa budaya kelompok membentuk cara anggota berinteraksi dan memberikan makna terhadap tindakan komunikasi. Solidaritas yang ditunjukkan melalui saling membantu saat touring atau memberikan dukungan dalam permasalahan teknis merupakan bentuk budaya komunikasi kolektif.

Simbol-simbol komunitas, seperti logo Vespa, stiker, dan atribut riding, tidak hanya berfungsi sebagai ornamen tetapi juga merupakan bahasa nonverbal yang membawa makna budaya. Dalam Interaksi Simbolik, simbol tersebut dipahami sebagai bentuk representasi identitas kelompok yang diterima bersama. Ketika

seorang anggota menempelkan stiker komunitas pada motornya, tindakan ini merupakan deklarasi identitas dan keanggotaan yang diakui secara sosial oleh kelompok lain.

Hubungan antara bahasa, perilaku komunikasi, dan budaya juga terlihat dari cara anggota memanfaatkan media sosial untuk memperkuat identitas kolektif. Teori Komunikasi Bermediasi Komputer (CMC) menjelaskan bahwa identitas kelompok dapat diperkuat melalui representasi digital. Unggahan foto kegiatan touring, kopdar, atau dokumentasi sosial komunitas memperluas jangkauan budaya komunitas Vespa dan membentuk citra positif di ruang publik digital.

Hubungan antara bahasa dan perilaku komunikasi komunitas Vespa dapat dianalisis melalui teori Cultural Identity Theory (Collier & Thomas). Teori ini menyatakan bahwa identitas budaya seseorang diekspresikan melalui pilihan bahasa, gaya bicara, dan pola interaksi. Penggunaan bahasa santai, humor khas, serta sapaan nonverbal seperti ngedim merupakan bentuk ekspresi identitas budaya “anak Vespa.” Bahasa tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi penanda budaya yang menunjukkan siapa yang menjadi bagian dari kelompok dan siapa yang tidak.

Selain itu, dalam perspektif Communicative Practices Theory, interaksi di komunitas Vespa menunjukkan bahwa budaya komunitas terbentuk melalui praktik komunikasi sehari-hari. Ketika anggota secara konsisten menggunakan simbol-simbol tertentu, menjaga solidaritas, dan memilih gaya komunikasi egaliter, mereka sedang menciptakan dan memperkuat budaya komunitas itu sendiri. Budaya tidak hadir dari aturan tertulis, tetapi terbentuk dari cara anggota berbicara, berperilaku, dan bereaksi dalam situasi tertentu.

Pada sisi lain, penggunaan simbol visual seperti stiker logo dan atribut riding dapat dianalisis melalui teori Cultural Performance. Teori ini menjelaskan bahwa budaya dipertunjukkan melalui tindakan

simbolik yang dapat diamati. Memasang stiker komunitas pada Vespa bukan sekadar estetika, tetapi pertunjukan budaya yang menunjukkan kebanggaan dan keterikatan anggota terhadap kelompok. Melalui simbol visual, anggota mengekspresikan nilai solidaritas dan kekompakan, bahkan di luar kegiatan komunitas.

Dari perspektif Speech Codes Theory Philipsen, komunitas Vespa memiliki kode tutur khas yang menjadi bagian dari identitas budaya mereka. Misalnya, penggunaan istilah teknis Vespa, pola bercanda, atau sapaan khas. Kode tutur ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai penanda perbedaan antara anggota komunitas dengan orang luar. Dengan demikian, bahasa, perilaku komunikasi, dan budaya saling terkait erat dalam membentuk dinamika sosial komunitas.

4.2.6 Proses komunikasi di dalam komunitas Vespa berperan dalam membentuk, mempertahankan, atau mengubah identitas sosial anggota komunitas di Kabupaten Tangerang

Identitas sosial anggota komunitas Vespa terbentuk melalui interaksi berulang dan pengalaman bersama yang diperoleh dalam kegiatan komunitas. Teori Identitas Sosial (Tajfel & Turner) menjelaskan bahwa seseorang membangun identitasnya berdasarkan keanggotaan dalam kelompok yang memiliki nilai emosional. Dalam komunitas Vespa, keikutsertaan dalam touring, kopdar, dan kegiatan sosial menciptakan sense of belonging yang kuat, sehingga identitas sebagai “anak Vespa” bukan hanya label, tetapi bagian dari diri anggota.

Proses komunikasi dalam komunitas juga berperan mempertahankan identitas sosial melalui transmisi nilai-nilai kelompok seperti solidaritas, kebersamaan, dan egalitarianisme. Teori Komunikasi Organisasi Budaya (Cultural Organizational Communication Theory) menyatakan bahwa nilai-nilai kelompok disosialisasikan melalui komunikasi sehari-hari. Misalnya,

kesepakatan untuk saling menunggu saat touring dan tidak meninggalkan anggota lain menjadi norma yang dipertahankan melalui praktik komunikasi.

Selain membentuk dan mempertahankan identitas, komunikasi dalam komunitas juga bisa mengubah identitas sosial anggota. Melalui pengalaman interaksi, anggota baru yang awalnya hanya sekadar penikmat Vespa dapat berkembang menjadi individu yang memahami kultur, simbol, dan nilai solidaritas komunitas. Proses ini selaras dengan teori Interaksi Simbolik yang menyatakan bahwa identitas seseorang dapat berubah melalui interpretasi baru terhadap simbol-simbol sosial di sekitarnya.

Media sosial berperan penting dalam memperluas dan menegaskan identitas sosial anggota. Representasi digital berupa foto touring, dokumentasi kegiatan amal, serta penggunaan atribut komunitas di dunia online memperkuat identitas sosial anggota dalam ruang publik. Teori Identitas Lokal dan Digital (Local & Digital Identity Theory) menyebutkan bahwa identitas seseorang dapat dibentuk secara simultan melalui interaksi offline dan online sebuah fenomena yang sangat terasa dalam komunitas Vespa Tangerang.

Dalam perspektif Identity Negotiation Theory (Ting-Toomey), identitas sosial anggota komunitas Vespa terbentuk melalui proses negosiasi antara individu dengan kelompok. Ketika anggota baru bergabung, ia membawa identitas pribadi dan latar budaya tertentu, tetapi melalui komunikasi, ia menyesuaikan diri dengan nilai komunitas seperti solidaritas dan egalitarianisme. Proses ini berlangsung melalui percakapan sehari-hari, interaksi teknis saat touring, hingga pengalaman emosional yang membangun rasa kebersamaan.

Selanjutnya, teori Social Construction of Reality (Berger & Luckmann) menjelaskan bahwa identitas sosial dibentuk melalui proses objektivasi, internalisasi, dan eksternalisasi. Dalam komunitas Vespa, identitas sebagai “anak Vespa” diobjektivasikan melalui simbol seperti logo dan atribut riding, diinternalisasi melalui pengalaman touring, dan dieksternalisasikan melalui unggahan di media sosial. Identitas ini menjadi kenyataan sosial yang diterima bersama dan menjadi bagian dari kehidupan anggota.

Identitas sosial dalam komunitas Vespa juga dipertahankan melalui ritual komunikasi. Ritual seperti memulai touring dengan doa, melakukan “absen” informal saat kopdar, hingga kebiasaan saling menunggu di jalan merupakan bentuk komunikasi ritualistik. Menurut teori Ritual Communication Carey, ritual bukan hanya tindakan rutin tetapi proses yang memperkuat identitas komunitas. Melalui ritual, anggota merasakan kebersamaan dan keterikatan emosional yang memperkuat identitas sosial.

Proses komunikasi juga dapat mengubah identitas sosial anggota, terutama ketika mereka berinteraksi dalam kegiatan yang memberi pengalaman baru. Teori Transformative Communication menyebutkan bahwa identitas seseorang dapat berubah melalui pengalaman komunikasi yang intens dan bermakna. Seorang anggota yang sebelumnya hanya ikut riding dapat berubah menjadi anggota aktif setelah merasakan solidaritas saat touring panjang, menerima bantuan ketika motor mogok, atau memperoleh dukungan emosional dari komunitas. Pengalaman tersebut membentuk identitas baru yang lebih kuat sebagai bagian dari komunitas Vespa.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik komunikasi dalam komunitas Vespa tidak dapat dipahami sebagai proses yang sepenuhnya harmonis, stabil, dan bebas friksi. Melalui pendekatan etnografi komunikasi, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi justru berfungsi sebagai arena produksi makna simbolik, negosiasi identitas sosial, serta pembentukan batas keanggotaan. Dengan demikian, komunikasi dalam komunitas Vespa bukan sekadar media kebersamaan, melainkan mekanisme sosial yang mengatur relasi, legitimasi, dan posisi simbolik antaranggota.

Identitas sosial anggota komunitas Vespa terbukti tidak bersifat statis atau otomatis dimiliki sejak seseorang bergabung secara administratif. Identitas tersebut terus diproduksi, dipertahankan, dan diperdebatkan melalui interaksi komunikasi sehari-hari. Perbedaan posisi antara anggota lama, anggota aktif, dan anggota perifer memperlihatkan bahwa pengakuan identitas keanggotaan sangat bergantung pada kompetensi komunikatif, penguasaan simbol, serta kemampuan membaca norma tidak tertulis komunitas.

Penelitian ini juga menemukan bahwa mekanisme inklusi dan eksklusi dalam komunitas Vespa bekerja secara simbolik dan implisit. Eksklusi tidak diwujudkan dalam bentuk penolakan terbuka, melainkan melalui praktik komunikasi seperti pengabaian, pembatasan partisipasi, dan penggunaan simbol internal yang tidak mudah diakses oleh pihak luar. Temuan ini menegaskan bahwa batas antara anggota dan nonanggota dibangun melalui komunikasi, bukan melalui aturan formal semata.

komunikasi juga berfungsi mengubah identitas individu, terutama bagi anggota baru yang kemudian mengalami transformasi menjadi bagian integral dari komunitas.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi bukan hanya sarana bertukar informasi, tetapi juga proses sosial yang membangun struktur, nilai, budaya, dan identitas kolektif dalam komunitas Vespa di Kabupaten Tangerang.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada kajian komunikasi dengan memperkuat posisi etnografi komunikasi sebagai pendekatan yang mampu mengungkap dimensi kuasa, negosiasi, dan ambiguitas dalam praktik komunikasi komunitas. Penelitian ini menunjukkan bahwa etnografi komunikasi tidak hanya relevan untuk memetakan pola komunikasi, tetapi juga efektif sebagai kerangka analisis kritis terhadap produksi makna dan batas sosial. Penelitian ini juga memperkaya kajian identitas sosial dengan menegaskan bahwa identitas tidak dapat dipahami sebagai atribut yang dimiliki individu, melainkan sebagai proses komunikatif yang terus berlangsung. Temuan ini mempertanyakan pendekatan identitas yang terlalu menekankan stabilitas dan konsensus, serta mendorong pembacaan identitas sebagai arena negosiasi yang sarat relasi kuasa.

Selain itu, dengan mengintegrasikan perspektif interaksionisme simbolik, penelitian ini menunjukkan bahwa simbol, bahasa, dan praktik komunikasi sehari-hari memiliki peran sentral dalam membentuk struktur sosial komunitas. Dengan demikian, penelitian ini mengusulkan pembacaan komunitas sebagai entitas yang terus dinegosiasikan secara simbolik, bukan sebagai struktur sosial yang mapan dan homogen.

Penelitian ini memiliki keterbatasan metodologis yang perlu diakui secara terbuka. Durasi kerja lapangan yang terbatas pada rentang waktu tertentu belum sepenuhnya memungkinkan peneliti mengamati perubahan dinamika komunikasi dalam jangka panjang. Selain itu, posisi peneliti sebagai outsider berpotensi memengaruhi kedalaman akses terhadap praktik

komunikasi yang bersifat sangat internal atau sensitif.

Meskipun reflektivitas telah diupayakan secara sistematis, interpretasi data tetap dipengaruhi oleh perspektif dan pengalaman peneliti. Oleh karena itu, temuan penelitian ini tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi secara luas, melainkan dipahami sebagai pemahaman kontekstual terhadap praktik komunikasi dalam komunitas yang diteliti.

5.2 Saran

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian komunikasi komunitas dengan fokus yang lebih problematik, khususnya pada dinamika konflik simbolik, perbedaan interpretasi makna, dan pertarungan legitimasi di antara subkelompok dalam komunitas. Pendekatan semacam ini penting untuk menghindari representasi komunitas sebagai ruang sosial yang homogen dan harmonis. Dengan menempatkan konflik dan ketegangan sebagai bagian inheren dari praktik komunikasi, penelitian lanjutan dapat memberikan pemahaman yang lebih realistis dan kritis terhadap proses pembentukan identitas sosial.

Selain itu, penelitian mendatang perlu mempertimbangkan penggunaan desain longitudinal untuk menangkap perubahan praktik komunikasi dan identitas keanggotaan dalam jangka waktu yang lebih panjang. Identitas dan batas sosial dalam komunitas tidak bersifat statis, melainkan dipengaruhi oleh perubahan generasi anggota, peristiwa tertentu, serta dinamika sosial yang berkembang. Pendekatan longitudinal memungkinkan peneliti memahami bagaimana mekanisme inklusi dan eksklusi simbolik mengalami pergeseran, penguatan, atau bahkan penolakan seiring waktu.

Penelitian lanjutan juga disarankan untuk mengeksplorasi peran media digital dalam membentuk dan menggeser praktik komunikasi komunitas. Media sosial, grup percakapan daring, dan platform digital lainnya berpotensi menciptakan ruang komunikasi baru yang memperluas sekaligus memperketat batas keanggotaan. Kajian kritis terhadap komunikasi digital dapat mengungkap bagaimana simbol, norma, dan relasi kuasa direproduksi

atau ditantang dalam ruang daring, serta bagaimana interaksi offline dan online saling memengaruhi.

Terakhir, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan kajian dengan membandingkan praktik komunikasi antar komunitas yang memiliki karakteristik serupa, tanpa menjadikan perbedaan lokasi sebagai satu-satunya fokus. Pendekatan komparatif yang berlandaskan kerangka teoretis yang sama akan memungkinkan pengembangan generalisasi analitis, bukan generalisasi statistik. Dengan demikian, kajian komunikasi komunitas dapat berkontribusi lebih luas terhadap pengembangan teori komunikasi, khususnya dalam memahami hubungan antara komunikasi, identitas sosial, dan relasi kuasa.

DAFTAR PUSTAKA

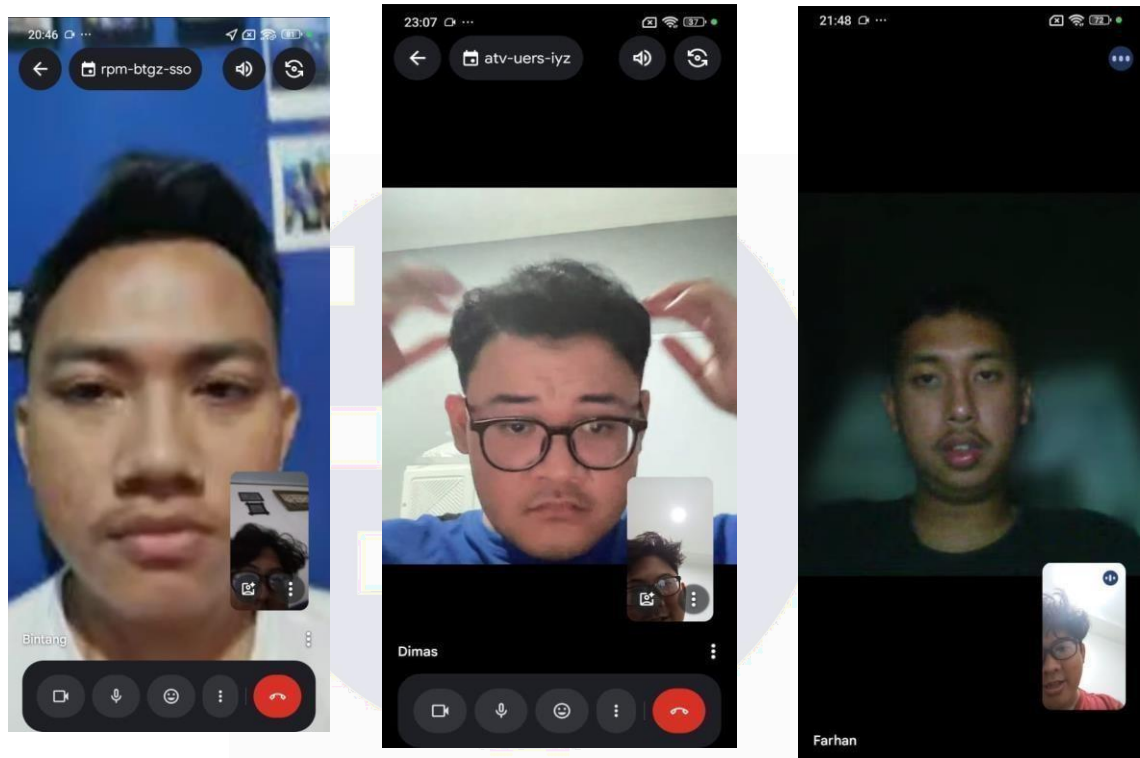
- Angelina, L., & Astuti, R. D. (2024). Analisis determinan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan*, 3(1), 81–89.
- Arninda, L., Utomo, B. B., & Rachmawati, F. (2022). Consumption Behavior of Vespa Lovers Community in Madiun. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 6(10), 423–432.
- Hymes, D. (1964). The Ethnography of Communication. *American Anthropologist*, 66(6 II), 1–34.
- Hecht, M. L., & Lu, Y. (2014). Communication Theory of Identity. In T. L. Thompson (Ed.), *Encyclopedia of Health Communication* (pp. 225–227). SAGE Publications.
- McLeod, S. (2023). Social Identity Theory. *Simply Psychology*.
- National Geographic. (2020, March 5). See the wild creations of Indonesia's Vespa "rebel riders".
- Neliti. (2017). Vespa Trash Culture Fan Communities in Bangkalan Madura. *Neliti Research Repository*.
- Saville-Troike, M. (2012). *The Ethnography of Communication: An Introduction* (3rd ed.). Wiley-Blackwell.
- Universitas Ekasakti. (2020). Vespa Community Jargon in Padang City. *Jurnal Ilmiah Grammar and Education (JIGE)*, 8(2), 45–54.
- 99 Media. (2021). Rebel Riders: Vespa Love, Remade in Indonesia in Countless Ways.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33–47). Brooks/Cole.

- Ahmad, R., & Nugroho, D. (2021). Etnografi komunikasi komunitas Vespa ekstrem di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 145–158. Universitas Gadjah Mada
- Andriani, M. (2020). Bahasa dan identitas sosial dalam komunitas motor klasik: Studi etnografi komunikasi. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 12(1), 33–47. Universitas Padjadjaran.
- Fauzan, H., & Rahayu, P. (2019). Makna simbolik dalam komunikasi komunitas pecinta Vespa di Surabaya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 22(3), 211–226. Universitas Airlangga.
- Handayani, S., & Pratama, F. (2022). Komunikasi dan solidaritas sosial dalam komunitas Vespa Tangerang. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(2), 75–88. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Kusuma, D., & Setiawan, A. (2018). Etnografi komunikasi komunitas otomotif dalam membentuk identitas kelompok. *Jurnal Komunikasi Global*, 7(1), 45–60. Universitas Indonesia.
- Wulandari, E., & Hidayat, M. (2023). Nilai budaya dan ekspresi komunikasi dalam komunitas Vespa Indonesia. *Jurnal Kajian Budaya dan Komunikasi*, 15(1), 89–104. Universitas Diponegoro.
- Lestari, D., & Nugraha, E. (2021). Ethnography of communication in improving social interaction of children with special needs. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 14(2), 45–53.
- Otten, T., & Schumann, C. (2021). The public sphere is “too darn hot”: Social identity complexity as a basis for authentic communication. *Social Sciences*, 10(45), 1–12.
- Rinaldi, P. (2022). Symbolic interactionism and communication practices in youth subculture communities. *Jurnal Komunikasi Global*, 11(1), 67–78.

- Wulandari, A. (2023). Symbolic interactionism and communication patterns: Insights from Persit-KCK organizations in Indonesia. *Social Sciences*, 12(3), 172–183.
- Herdiansyah, H. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurchayono, D., & Prasetyo, A. (2020). Pendekatan etnografi komunikasi dalam memahami budaya komunikasi masyarakat pesisir. *Jurnal Ilmu Komunikasi UGM*, 18(2), 123–135.
- Sari, F. N., & Widodo, A. (2021). Komunikasi budaya dan konstruksi identitas dalam komunitas sosial motor di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 45–59.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, I. (2022). Pendekatan interpretatif dalam riset komunikasi budaya: Analisis makna simbolik komunitas daring. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Pembangunan*, 23(1), 87–99.
- Prasetyo, A., & Raharjo, D. (2021). Teknik purposive sampling dalam penelitian kualitatif komunikasi budaya. *Jurnal Penelitian Sosial dan Humaniora*, 10(2), 133–142.
- Herlina, D., & Putri, R. A. (2020). Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif komunikasi budaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi Nusantara*, 8(1), 45–56.
- Lestari, N., & Nugroho, P. A. (2021). *Prosedur penelitian kualitatif: Tahapan dan penerapannya dalam studi komunikasi budaya*. *Jurnal Komunikasi dan Sosial Humaniora*, 13(2), 87–98.

- Nugroho, A. (2018). Identitas dan solidaritas dalam komunitas Vespa di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(2), 145–158.
- Prasetyo, B., & Wulandari, R. (2020). Komunikasi komunitas dan pembentukan identitas kolektif pada komunitas motor klasik. *Jurnal ASPIKOM*, 5(1), 67–82.
- Sari, D. P. (2019). Representasi budaya Vespa dalam komunitas urban. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 8(2), 101–114.
- Rahmawati, I. (2021). Praktik komunikasi budaya dalam komunitas hobi. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 23–37.
- Putra, R. A. (2020). Interaksi simbolik dan pembentukan makna dalam komunitas sosial. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 14(2), 189–204.

Lampiran 1



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI_DIMAS_MUHAMMAD_Y
USUF_Dr._Henilia_Yulita_SE._M
M.M.I.Kom-1.pdf
by 55 UMY

Submission date: 22-Dec-2025 11:06AM (UTC+0700)

Submission ID: 2850470532

File name: SKRIPSI_DIMAS_MUHAMMAD_YUSUF_Dr._Henilia_Yulita_SE._MM.M.I.Kom-1.pdf (804.96K)

Word count: 11418

Character count: 83135

SKRIPSI_DIMAS_MUHAMMAD_YUSUF_Dr._Henilia_Yulita_SE._... 1.pdf

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

kc.umn.ac.id
Internet Source

2%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

Lampiran B Konsultasi forum (wajib ada)

**Form Bimbingan Skripsi
Program Studi Communication Science
Semester Gasal 2025/2026**



Nama : DIMAS MUHAMMAD YUSUF
NIM : 00000064694
Angkatan : 2021
Dosen Pembimbing : Dr. Henilia Yulita (Pembimbing)

No	Tanggal	Jam	Keterangan	Tanggal Approval
1	18 September 2025	14:09	Bimbingan Pertama Membahas judul Yang akan di angkat menjadi topik penelitian	18 Desember 2025 9:27
2	25 September 2025	15:05	membahas jurnal p[enelitian terdahuyllu	18 Desember 2025 9:27
3	09 Oktober 2025	15:59	membahas bab 1-3	18 Desember 2025 9:27
4	23 Oktober 2025	10:01	membahas sample penelitian yang akan di wawancara	18 Desember 2025 9:27
5	07 November 2025	11:00	membahas indikator pertanyaan wawan- cara	18 Desember 2025 9:27
6	20 November 2025	10:59	membahas komunitas vespa yang akan di wawancarai	18 Desember 2025 9:27
7	28 November 2025	09:35	membahas hasil wawancara	18 Desember 2025 9:27
8	09 Desember 2025	19:02	mengganti jurnal sebelum nya dengan ju- rnal baru yang berkaitan dengan teori	18 Desember 2025 9:27

Lampiran C Persetujuan dan Transkrip

Link record wawancara

https://drive.google.com/drive/folders/1GA4kkFJdYXfEx7F7_18Gep4gnls7os_D?usp=sharing

ing

LEMBAR PERSETUJUAN (*CONSENT FORM*)

NARASUMBER PENELITIAN TUGAS AKHIR KUALITATIF

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Mohamad Bintang Permana

Pekerjaan/Jabatan : Anggota baru dalam komunitas

Email : mohbintangpermana@gmail.com

Menyatakan dengan kesadaran penuh bahwa saya bersedia menjadi narasumber/informan untuk membantu mahasiswa/mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara berikut ini :

Nama Lengkap : Dimas Muhammad Yusuf

NIM : 00000064694

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Email : dimas.muhammad@student.umn.ac.id

Jenjang : S1

Dengan ini saya memberikan izin kepada mahasiswa/mahasiswi tersebut untuk mempublikasikan seluruh hasil karya/penelitiannya kepada sivitas akademika UMN/publik demi kemajuan ilmu pengetahuan. Saya menyadari segala bentuk data/informasi sensitif yang mungkin terkandung di dalamnya tidak akan dicantumkan di dalam hasil penelitian, untuk menjamin keamanan dan kerahasiaan identitas saya pribadi maupun institusi tempat saya bernaung.

Tangerang, 12 November 2025

Ttd



Mohamad Bintang Permana

**NB: [informasi ini bisa dihapus]*

Lembar consent form ini adalah wajib untuk diisi oleh subyek yang sedang diteliti oleh mahasiswa. Lembar cukup untuk diberikan tanda tangan tanpa materai. Lembar ini ditandatangani sebelum informan diwawancara oleh peneliti.

Lembar ini wajib dilampirkan untuk setiap nama informan yang diteliti, dilengkapi dengan dokumentasi dalam bentuk foto dengan informan dan transkrip wawancara.

Wawancara 1: Bagaimana pola komunikasi antar anggota komunitas Vespa dalam kegiatan seperti kopdar dan touring?

Wawancara 2: Biasanya kalau untuk komunikasi di jalan saat touring, kami menggunakan intercom yang disambungkan ke HP. Dari HP kami memakai aplikasi bernama Discord agar bisa mendengar semua anggota. Kalau di kopdar, komunikasi kami santai seperti anak-anak zaman sekarang, asal tetap saling menghormati dan sopan.

Wawancara 1: Media apa yang paling sering digunakan komunitas untuk berkomunikasi?

Wawancara 2: Untuk anggota tetap biasanya lewat WhatsApp, tapi untuk orang umum yang ingin ikut komunitas bisa cek Instagram kami. Karena pada dasarnya, kami sangat terbuka untuk siapa pun yang ingin bergabung.

Wawancara 1: Apakah komunitas memiliki istilah, jargon, atau sapaan khas?

Wawancara 2: Ada, biasanya sapaan khas di antara pengguna Vespa seperti "ngedim" atau membunyikan klakson saat berpapasan di jalan. Itu sudah menjadi kebiasaan khas anak Vespa.

Wawancara 1: Bagaimana simbol seperti logo, atribut, dan modifikasi Vespa digunakan untuk mengekspresikan identitas komunitas?

Wawancara 2: Logo komunitas biasanya kami tempel dalam bentuk stiker di bagian depan atau plat motor sebagai identitas saat touring. Untuk atribut, bebas saat event kecil, tapi kalau event besar dan bersponsor biasanya kami mengikuti permintaan sponsor. Sedangkan modifikasi, kami tidak menjadikannya simbol identitas karena setiap anggota punya selera sendiri, dari Vespa tua sampai yang modern.

Wawancara 1: Nilai apa yang paling dijunjung tinggi dalam komunitas Vespa?

Wawancara 2: Solidaritas dan kebersamaan. Kami tidak melihat siapa yang lebih senior atau lebih kaya, semua sama dan setara.

Wawancara 1: Bagaimana komunikasi antar anggota membantu membangun rasa kebersamaan dan identitas sebagai "anak Vespa"?

Wawancara 2: Dengan tetap solid, baik saat touring maupun saat istirahat. Kami sering bercanda dan ngobrol seperti teman nongkrong biasa, dan itu membangun kebersamaan serta kenangan yang kuat.

Wawancara 1: Bagaimana hubungan antara anggota senior dan anggota baru dalam komunitas?

Wawancara 2: Tidak ada senioritas. Kami selalu welcome dengan anggota baru. Tapi tentu, anggota lama harus memberi contoh yang baik, seperti menjaga etika di jalan dan saat kumpul.

Wawancara 1: Siapa yang biasanya berperan sebagai pengarah komunikasi atau pengambil keputusan saat kegiatan berlangsung?

Wawancara 2: Tergantung. Kalau tujuannya jauh, biasanya saya dan koordinator yang mengatur. Saat touring, saya di belakang untuk memastikan tidak ada yang tertinggal, sedangkan koordinator di depan untuk mengarahkan jalan. Tapi kadang bisa berbeda tergantung tujuan touring.

Wawancara 1: Bagaimana tanggapan masyarakat terhadap komunitas Vespa di Tangerang?

Wawancara 2: Sejauh ini positif. Anggota kami kebanyakan dari Tangerang dan tidak ada yang melakukan kegiatan negatif seperti balap liar atau semacamnya.

Wawancara 1: Apakah komunitas pernah menghadapi pandangan negatif, dan bagaimana cara menghadapinya?

Wawancara 2: Belum pernah, karena komunitas ini dibentuk dari pertemanan yang sehat. Kami juga aktif dalam kegiatan positif, seperti mengadakan event donasi ke panti asuhan.

LEMBAR PERSETUJUAN (*CONSENT FORM*)

NARASUMBER PENELITIAN TUGAS AKHIR KUALITATIF

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : muhamad fathi mudzakir
Pekerjaan/Jabatan : ketua komunitas
Email : fathimudzakir54@gmail.com

penyedia bahwa saya bersedia menjadi narasumber/informan untuk membantu mahasiswa/mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara berikut ini :

Nama Lengkap : Dimas Muhammad Yusuf
NIM : 00000064694
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Email : dimas.muhammad@student.umn.ac.id
Jenjang : S1

Dengan ini saya memberikan izin kepada mahasiswa/mahasiswi tersebut untuk mempublikasikan seluruh hasil karya/penelitiannya kepada sivitas akademika UMN/publik demi kemajuan ilmu pengetahuan. Saya menyadari segala bentuk data/informasi sensitif yang mungkin terkandung di dalamnya tidak akan dicantumkan di dalam hasil penelitian, untuk menjamin keamanan dan kerahasiaan identitas saya pribadi maupun institusi tempat saya bernaung.

Tangerang, 12 November 2025

Ttd



Muhamad fathi mudzakir

***NB: [informasi ini bisa dihapus]**

Lembar consent form ini adalah wajib untuk diisi oleh subyek yang sedang diteliti oleh mahasiswa. Lembar cukup untuk diberikan tanda tangan tanpa materai. Lembar ini ditandatangani sebelum informan diwawancarai oleh peneliti.

Lembar ini wajib dilampirkan untuk setiap nama informan yang diteliti, dilengkapi dengan dokumentasi dalam bentuk foto dengan informan dan transkrip wawancara.

Pembicara 00: Saya akan mewawancarai teman saya buat tugas skripsi. Boleh berkenalan namanya?

Pembicara 01: Oke.

Pembicara 00: Lanjut ke pertanyaan pertama. Bagaimana pola komunikasi antara anggota komunitas baseball dalam kegiatan seperti komentar dan during?

Pembicara 01: Jadi, kalau misalkan kita berbicara sebagai pola komunikasi antara pemerintah Vespa, sebelumnya izinkan saya untuk mengenalkan diri saya sebagai lagi. Jadi, saya ini sebagai prosecutor, ataupun juga sebagai karyawan, ataupun sebagai seseorang yang memang mengendarai Vespa. Dan juga, saya itu juga menekuni ataupun mempunyai ketertarikan saya dan hobi saya dalam komunitas Vespa dan juga motor Vespa. Jadi untuk menjawab pertanyaan Dimas tadi, bagaimana pola komunitas antara kota, jadi pola komunitas di antara anggota komunitas, dan saya juga termasuk dengan komunitas KSPA juga, biasanya ini bersifat santai dan berkeluargaan itu, saat kegiatan seperti komdar, kumpul-kumpul, terus waktu itu juga touring, dan dari antara anggota ini juga sering berinteraksi langsung secara tetap muka, terus habis itu ngobrol sambil ngopi, atau pas lagi touring, terus kita istirahat malam hari, kita ngobrol-ngobrol juga, jadi pola komunikasinya itu baiklah, bersifatnya itu ramah, gitu. Nah, terus juga komunikasi ini berjalan dua arah terbuka, jadi siapa pun bisa berpendapat ataupun berbagi cerita. Seperti itu nih mas.

Pembicara 00: Jadi apa yang paling sering digunakan? Misalkan ada telepon nih, turun kesini yuk, atau mau kemana gitu.

Pembicara 01: Oke, jadi untuk media yang digunakan ya, kesahariannya, media komunikasi yang pasti itu kayak sosial media padahal umumnya sih, kayak Whatsapp, terus Instagram juga, karena kan kalau misalkan kita lihat dari berbagai komunitas Vespa, contohnya ya komunitas Vespa yang ada di kota Pangerang itu, Moka Vespa itu juga awalnya dari Instagram. Jadi dari Instagram itu kita bisa menjalin media komunikasi tersebut dari Instagram, buat menjadi komunitas yang lebih lanjut, biar nanti bisa move ke WA, biar bergabung sama komunitasnya. Seperti itu nih mas.

Pembicara 00: Pertanyaan selanjutnya, apakah komunitas memiliki istilah sahapaan khas? Apa makna istilah tersebut?

Pembicara 01: Oke. Apakah komunitas memiliki istilah atau sahabatankah? Setahu gue ya, Diem. Setahu gue. Itu sebagai yang main Vespa. Dan gue juga sebenarnya main Vespa tuh nggak dari motor gue yang Vespa sekarang. Tapi dulu pas gue SMP ke SMA itu gue juga main Vespa jadul, Vespa klasik gue juga main. Jadi gue udah lumayan lama nih di join komunitas Vespa. Nah terus kalau misalnya kita ngomong, Bahwa istilah tambahan khas bagi komunitas itu, ya antara buat Vespa itu biasanya kita menjelek kayak bersaudaraan gitu. Jadi menjalin hubungannya secara kerabat dekat gitu, nggak cuma kayak teman. Kenapa itu bisa terjadi? Karena kan budaya motor Vespa di Indonesia ini karena rata-rata motor-motor yang dikendalai oleh masyarakat di Indonesia itu rata-rata motor yang pabrik, yaitu di Jepang, atau motor-motor konvensional seperti lainnya. Nah, terus kenapa sih Vespa ini khusus gitu sampai memiliki komunitas? Karena Vespa ini itu kan motor Eropa dan juga secara modelnya, secara bentuk motornya, secara komunitasnya, culture-nya, itu

LEMBAR PERSETUJUAN (*CONSENT FORM*)

NARASUMBER PENELITIAN TUGAS AKHIR KUALITATIF

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Muhammad Farhan Putra Atmaja

Pekerjaan/Jabatan : Anggota lama dalam komunitas

Email : farhan.p.atmaja56@gmail.com

penyuh bahwa saya bersedia menjadi narasumber/informan untuk membantu mahasiswa/mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara berikut ini :

Nama Lengkap : Dimas Muhammad Yusuf

NIM : 00000064694

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Email : dimas.muhammad@student.umn.ac.id

Jenjang : S1

Dengan ini saya memberikan izin kepada mahasiswa/mahasiswi tersebut untuk mempublikasikan seluruh hasil karya/penelitiannya kepada sivitas akademika UMN/publik demi kemajuan ilmu pengetahuan. Saya menyadari segala bentuk data/informasi sensitif yang mungkin terkandung di dalamnya tidak akan dicantumkan di dalam hasil penelitian, untuk menjamin keamanan dan kerahasiaan identitas saya pribadi maupun institusi tempat saya bernaung.

Tangerang, 12 November 2025

Ttd



Muhammad Farhan Putra Atmaja

****NB: [informasi ini bisa dihapus]***

Lembar concent form ini adalah wajib untuk diisi oleh subyek yang sedang diteliti oleh mahasiswa. Lembar cukup untuk diberikan tanda tangan tanpa materai. Lembar ini ditandatangani sebelum informan diwawancara oleh peneliti.

Lembar ini wajib dilampirkan untuk setiap nama informan yang diteliti, dilengkapi dengan dokumentasi dalam bentuk foto dengan informan dan transkrip wawancara.

Informasi: Lembar Informed Consent ini diperlukan memastikan bahwa penelitian dilakukan dengan etika dan menghormati hak-hak subyek yang diteliti. Selain itu, lembar

1. Bagaimana pola komunikasi antar anggota komunitas Vespa dalam kegiatan seperti kopdar dan touring?

Jawaban: Biasanya si kita kalau untuk komunikasi di jalan saat touring si pasti menggunakan intercom yang disambungkan ke hp, nah dari hp kita pake aplikasi yang namanya Discord biar bisa mendengar semua anggota kami. untuk di kopdar si kita komunikasi seperti anak-anak zaman sekarang aja asal kita saling hormat dan sopan.

2. Media apa yang paling sering digunakan komunitas untuk berkomunikasi?

Jawaban: kalau untuk anggota tetap biasanya sih kita lewat Whatsapp yaa, tapi untuk orang umum yang ingin ikut komunitas kita bisa check ke instagram komunitas kita, karena pada dasarnya kita welcome banget kalau dan komunitas kita bisa untuk umum.

3. Apakah komunitas memiliki istilah, jargon, atau sapaan khas?

Jawaban: kalau untuk sapaan pastinya orang umum yang mengerti dan tau budaya orang-orang yang biasa main vespa mungkin tau sapaan seperti ngedim atau klakson kalau papasan sama pengguna vespa lain.

4. Bagaimana simbol seperti logo, atribut, dan modifikasi Vespa digunakan untuk mengekspresikan identitas komunitas?

Jawaban: Untuk logo kita nggak pernah kita saat touring, paling kita kasih stiker logo komunitas kita dan di tempel di bagian depan motor atau di plat motor untuk identitas kita saat touring. untuk atribut kita bebas kalau touring event kecil, tapi kalau untuk event besar dan bersponsor kita biasanya ambil requestan sponsor untuk atribut kita. Modifikasi menurut saya itu tidak mengekspresikan identitas komunitas karena kita menghargai karakter setiap orang-orang dan mereka bebas modifikasi seperti apa, karena anggota kita rata-rata punya vespa dari tahun lama hingga yang terbaru.

5. Nilai apa yang paling dijunjung tinggi dalam komunitas Vespa?

Jawaban: Tentunya yang paling utama adalah solidaritas dan kebersamaan. kita nggak lihat siapa yang lebih senior atau lebih kaya, semuanya setara.

6. Bagaimana komunikasi antar anggota membantu membangun rasa kebersamaan dan identitas sebagai “anak Vespa”?

Jawaban: Tentunya dengan tetap solid mungkin ya, seperti yang saya bilang tadi kita komunikasi lewat touring lewat intercom atau kalau lagi berhenti atau istirahat setelah touring kita kayak anak nongkrong aja, itulah kebersamaan yang kita jadikan kenangan nantinya.

7. Bagaimana hubungan antara anggota senior dan anggota baru dalam komunitas?

Jawaban: kita nggak ada yang namanya senioritas dan kita tentunya sangat welcome dengan anggota baru, tapi untuk orang yang lama berkecimpung di dunia komunitas vespa harus menjadi contoh yang baik, seperti contohnya cara menjaga etika di jalanan atau saat ngumpul.