BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Pada tanggal 2 maret 2020, untuk yang pertama kalinya pemerintah indonesia mengumumkan bahwa ada 2 pasien positif corona. Namun, pakar Epidemiologi Universitas Indonesia (UI) mengatakan sebenarnya corona sudah mulai masuk ke Indonesia awal januari. Hanya saja kasus terkenanya corona pada awal maret tersebut merupakan transmisi lokal dan bukan penularan kasus impor. Awal januari sudah diumumkan bahwa virus corona jenis baru ini diumumkan dan sudah menjajah negara lain selain China. Namun penerbangan Indonesia tidak sigap menutup akses dari Wuhan ke Indonesia yang ada di sekitar enam bandara. Antara lain, Batam, Jakarta, Manado, Denpasar dan Makassar.

Kapolda Jawa Timur Irjen Luki Hermawan mengatakan bahwa pasien yang terkena vrius corona pertama ialah daerah Surabaya bagian utara. Hal tersebut dapat diketahui melalui akses aplikasi Google *Earth*. Mulai dari kawasan tersebut lalu menyebar ke Surabaya bagian selatan tepatnya kecamatan Wonokromo. Pemerintah Kota Surabaya bersama dengan Polrestabes beserta TNI sigap dengan melakukan Patroli berskala besar untuk mencegah penyebaran virus lebih meluas. Tujuannya untuk mengedukasi masyarakat agar tidak mengadakan kumpul-kumpul bersama. Dilansir melalui (*kompas.com*,2020). .

Kebijakan yang di buat oleh Pemkot Surabaya ialah membuat bilik-bilik sterilisasi tubuh. Selain itu pemkot Surabaya membuat dapur pengaduan covid-19 untuk masyarakat agar masyarakat tetap sehat dan aman. Lalu kebijakan

selanjutnya yang keluarkan Pemkot surabaya dengan membuat *wastafel*, ia pun akan menambah jumlah *wastafel* agar masyarakat dapat merubah perilaku secara mendasar dengan menerapkan cuci tangan secara rutin. Selain itu Pemkot Surabaya juga melakukan kampanye *Social Distancing* dengan menerapkan sisem pembatasan jalan. Dan berkeliling dengan menggunakan mobil dan pengeras suara agar masyarakat dapat menerapkan jaga jarak 1 meter antara satu orang dengan orang lain. Selain itu menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) diberbagai titik-titik daerah yang telah di tentukan. Dilansir melalui (*bisnis.com,*2020).

Aneka kegiatan yang dilakukan bersama, durasi waktu yang lebih lama dan intensitas interaksi, adalah hal-hal yang sudah biasa dilakukan dalam organisasi yang sekarang menjadi tidak bisa dilakukan ketika imbauan *stay at home* diadakan. Interaksi yang jarang dan tidak dapat dilakukannya kegiatan secara bersama akan dapat hilangnya keintiman dalam komunitas karena kurangnya komunikasi. Kurangnya komunikasi akan dapat menimbulkan keterpecahbelahan (Andalusia Neneng Permatasari, 2021 : 347).

Tanpa kita sadari, komunitas manusia telah hidup dengan dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan nyata dan kehidupan maya. Masyarakat nyata merupakan kehidupan yang indrawi yang dapat dirasakan dalam kehidupan nyata. Hubungan sosial masyarakat di bangun melalui pengindraan. (Hidayanti & Yahya, 2017, h. 49).

Iklim komunikasi yaitu gabungan dari beberapa persepsi yang berkaitan dengan peristiwa komunikasi, harapan-harapan, perilaku manusia, konflik-konflik

antar peona dan kesempatan untuk pertumbuhan dalam organisasi. Dengan kata lain iklim komunikasi ialah gabungan dari fenomena global yang disebut dengan komunikasi organisasi (Saenal, Husain, & Tarifu, 2018 : 23).

Awal mula terbentuknya Customland di dasari atas keinginan Dwi Prasetya, yang akrab dipanggil Om Pras. Dengan belum terlihat adanya *kulture* permotoran *custom* di Surabaya, Prasetya mulai mendatangi bengkel-bengkel yang membuat motor *custom* untuk mengalirkan ide-ide dan pikiran yang dituangkan dalam pergerakan motor *custom* di Surabaya. Berawal dari pola pikir tersebut, Prasetya mulai membentuk komunitas yang di sebut dengan Customland. Untuk menarik kalangan-kalangan kaula muda dalam segi lingkungan motor *custom*, Prasetya membangun tempat perkumpulan yang dijuluki *House of Customland*. Berangkat dari berdirinya *base camp*, banyak kaula muda pengguna motor *custom* yang tertarik dan datang bertamu untuk berkumpul bersama dengan para kaula muda pecinta motor *custom*.

Customland sendiri merupakan perkumpulan komunitas motor *custom* yang mendorong pergerakan *kustom kulture* di Surabaya. Peneliti berdiskusi ringan dengan Dwi Prasetya yang akrab dipanggil "Om Pras", pencetus Customland, Om Pras mengatakan "Customland dibentuk untuk menjadi pergerakan *kustom kulture* Surabaya, karena bukan hanya untuk membuat sebuah motor dan di gunakan saja tetapi pergerakan sangat perlu untuk membentuk sebuah perkumpulan yang memiliki ketertarikan dan jiwa yang sama".

Customland mengadakan *event* yang disertai berbagai tema serta mengajak para komunitas *custom* yang lainnya untuk datang menghadiri event yang telah di

adakan. Mulai dari datangnya beberapa komunitas dan bengkel yang membangun motor *custom* muncul sebuah *support* antar komunitas. dengan adanya saling suport antar komunitas yang mengadakan event, timbul *feedback* yang berasal dari rasa *support* tersebut. contoh seperti ada komunitas motor lain yang mengadakan acara, maka Customland akan *support* acara tersebut. Customland dibentuk untuk menyatukan budaya kustom kulture di Surabaya. pengaruh besar ini dapat membawa budaya kutom kultur terus bergerak melalui acara-acara besar yang diadakan oleh Customland.

Custom sendiri berasal dari kata "*customize*" yang artinya "menyesuaikan". Kata "menyesuaikan" yang dimaksud ialah menyesuaikan dari keinginan, karakter serta imajinasi dari si pengguna sepeda motor itu sendiri. Jadi dapat disimpulkan "Sepeda Motor Custom" adalah sepeda motor yang di rancang menyesuaikan keinginan si pengguna dengan merubah bagian-bagian sepeda motor yang telah di buat pabrikan sepeda motor. (Meilano & Amalia, 2015:45)

Gambar I.I
Kegiatan Event Customland sebelum Covid-19 bertemakan "Clown Ride"

Sumber: Instagram (@customland_id)

Customland menginformasikan kegiatan event dengan tema yang berbeda melalui media sosial, seperti tema *"The Clown Ride"* dengan *rules* berkendara menggunakan topeng badut. "Badut" yang diusung dalam acara sebagai tokoh utama adalah dunia hiburan tertua dan acara *The Clown Ride* ingin menarik kembali budaya komedia kuno dan budaya modern secara unik. Peneliti berdiskusi ringan dengan Om Pras, " bagi kami, ketika dunia hiburan komedi badut dan kustom kultur menjadi satu ajang akan terjadi daya ganggu tersendiri dalam budaya kustom yang eksentrik".

Gambar I.2
Kegiatan acara Customland yang bertemakan " Support local motorcycle movement".

Sumber : Instagram (@customland_id)

Selain itu juga mengadakan acara perkumpulan motor seperti "*support local motorcycle movement"* yang dibuat dengan bertujuan untuk menyadarkan kaula muda di Surabaya untuk tetap terus memberi dukungan terhadap pergerakan motor di Surabaya.

Namun dengan masuknya kasus virus corona membuat penghambatan komunikasi dalam pengupayaan kegiatan komunitas karena penerapan sistem

corona sangat ketat dan dengan diadakannya kebijakan yang dibuat oleh pemerintah kota Surabaya semua komunikasi yang dilakukan oleh komunitas tentu saja sangat terbatas. Dengan komunikasi yang biasanya dilakukan dengan cara berkunjung ke *sponsorship* dan bengkel pembuat motor *custom* untuk ikut hadir ke acara yang diadakan customland. Dengan kunjungan tersebut, customland mengadakan rundingan untuk mengeluarkan ide-ide yang telah dirapatkan dalam *basecamp* bersama anggota yang memiliki perannya masing-masing dalam customland. Setelah ide tersebut telah di terima oleh *sponsorship* dan bengkel-bengkel *custom*, lalu customland mengadakan rapat kembali bersama anggota.

Namun sekarang komunikasi komunitas dilakukan dengan cara mengumpulkan anggota komunitas dalam *base camp* dan membuat pembatasan jumlah anggota yang datang ke *base camp*. Kegiatan yang dilakukan oleh komunitas pun tergeser ke produksian film dan pembuatan produk komunitas. Dengan menghadapi pandemi corona saat ini, komunitas menuangkan ide dan pikiran kedalam karya-karya yang mereka produksi. Seperti pembuatan tas, baju, jaket dan topi. Selain itu ide yang timbul juga pembuatan produksi film yang bekerja sama dengan salah satu *production house* foto dan videographer di Surabaya. Dengan adanya pembuatan film ini tujuan dari komunitas menunjukkan kepada kaula muda pecinta motor *custom* Surabaya bahwa komunitas Customland tetap jalan dan hidup serta terus mengaliri karya-karya melalui ide yang telah di rundingkan. Namun dalam pembuatan film dan produk komunitas tersebut tentu saja melewati beberapa proses penting yang dilakukan. Dengan masuknya covid-

19 ke Surabaya, pola komunikasi customland sangat bergeser. *Event* yang biasanya dibuat dengan cara tatap langsung dan *riding* motor bersama pun ditiadakan sementara. Namun anggota memikirkan ide yang terbaik kedepannya buat customland dengan cara menuangkan ide tersebut melalui film untuk menunjukkan bahwa pergerakan customland masih berjalan walaupun dalam kondisi covid-19. Melalui dokumentasi film dan pembuatan produk seperti tas, jaket baju, topi dan mancis yang dibuat oleh customland, itulah kegiatan karya yang dituangkan selama covid-19. Pembuatan film pun butuh proses yang tidak mudah karena adanya kerjasama dengan *production house* di Surabaya tidak memungkin untuk mendatangi tempat tersebut secara langsung. Dengan kondisi seperti ini, customland mengadakan rundingan dengan menggunakan aplikasi *Zoom* untuk berkomunikasi pada masa covid-19 ini. Namun yang lebih diutamakan yaitu komunikasi antar anggota yang telah dilakukan oleh costumland agar tidak putusnya solidaritas antar anggota.

Dari narasi diatas menurut Durkheim dalam ((Hasbullah, 2012:234), bahwa keseluruhan kepercayaan normatif dianut bersama implikasi-implikasi yang dihubungkan dengan sosial untuk membentuk sebuah sistem tertentu yang fungsinya untuk mengatur kehidupan dalam masyarakat yang bertujuan untuk menetapkan persatuan. Kesadaran kolektif yang intensitasnya, kekakuan dan banyaknya perbedaan dari satu masyarakat dengan masyarakat lain adalah bagian dari hidup sadar para individu yang mereka miliki bersama yang berkenaan dengan kehidupan bersama mereka. Gambaran kolektif adalah simbol-simbol adalah sebuah makna yang sama bagi semua anggota kelompok. Gambaran

kolektif tersebut memperlihatkan cara anggota kelompok melihat diri mereka dalam hubungan objek yang mempengaruhi mereka.

Pola komunikasi yang dimaksudkan dalam organisasi ialah sisitem komunikasi yang dapat menghubungkan antar anggota dalam kelompok organisasi yang dapat menjadi satu kesatuan dan mampu membentuk pola interaksi sesama anggota dalam organisasi. Pola komunikasi dapat dipahami hubungan antara 2 orang atau lebih dengan pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami. Pola komunikasi sangat berkaitan dengan prestasi dan tujuan komunitas. komunitas yang dapat menyelesaikan permasalahan dengan baik dan tepat dapat disimpulkan membangun komunikasi yang baik (Intan Kurniawati, 2017:34). Melalui jaringan komunikasi dapat diketahui bentuk koneksi orang-orang tertentu, keterbukaan komunikasi dari satu kelompok dengan kelompok lainya dan orang yang memimpin dalam kelompok. Pertukaran pesan yang terjadi diantara individu-individu tadi dapat membangun pola. Pola jaringan komunikasi dikelompokkan menurut situasional anggota organisasi untuk saling berinteraksi.

Dalam organisasi tentu memiliki komunikasi organisasi yang merupakan penyampaian pesan maupun penerimaan pesan organisasi yang terjadi dalam suatu organisasi baik didalam kelompok formal, maupun kelompok informal. Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai penafsiran pesan dalam unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Melalui struktur organisasi yang cenderung mempengaruhi komunikasi, dengan demikian komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahan sangat berbeda

dengan komunikasi antar sessamanya (Zahara, 2018:3). Definisi tersebut lebih menekankan pada aspek fungsional (objektif) sedangkan jika dilihat dari segi perspektif interpretative (subjektif), komunikasi disebut sebagai proses penciptaan makna atas peristiwa yang terjadi dalam suatu organisasi (Siregar, 2012:30).

Komunitas bagian dari masyarakat yang luas dan mewakili masyarakat memiliki sifat tetap yang hidup secara teratur. Komunitas memiliki unsur yang khas yaitu teritorial sebagai tempat komunitas yang bersangkutan berada, maka setiap anggota komunitas seakan-akan terpaku dan terpadu pada tanah (*territorium)* dimana mereka berada. (Mutakin, Budimansyah, & Pasya, 2010:97) . komunitas memiliki derajat yang lebih konteks jika dibandingkan dengan individu dan populasi yang pada umumnya memiliki kertertarikan dan habitat yang sama (Mahatir, 2015:5). Setiap komunitas tentu saja ingin mempunyai rasa solidaritas dan saling menghargai satu sama lain agar tujuan komunitas dapat tercapai. Solidaritas sosial merupakan keadaan yang saling mempercayai satu sama lain anggota kelompok atau komunitas. Jika orang saling percaya maka akan timbul rasa tanggung jawab, rasa saling menghormati untuk memenuhi kebutuhan antar sesama. (Sa'diyah, 2016). Dalam suatu kelompok sangat penting arti sebuah solidaritas, dengan adanya solidaritas maka membuat suatu kelompok atau komunitas akan menjadi akrab dan saling membantu satu sama lain anggotanya.

Menurut Soekanto dalam (Mulyanah, 2016:1) mengatakan bahwa manusia memiliki dua hasrat, yaitu keinginan untuk menjadi satu dengan suasana alam sekelilingnya, oleh karena itu manusia biasanya membentuk

kelompok untuk memenuhi hasrat tersebut. Dalam kehidupan masyarakat yang beragam juga memiliki berbagai macam bentuk kelompok yang berbeda satu dengan lainnya. Alasan ini dapat diartikan bahwa individu membentuk atau bergabung dalam kelompok dapat bervariasi.

Penelitian sejenis pernah dilakukan oleh Ade Putra Setiawansyah dengan objek penelitian yang sama yaitu Pola Komunikasi Komunitas Madridista Banda Aceh Dalam Melakukan Kegiatan Sosial. Dengan jenis penelitian Deskriptif dan pendekatan Induktif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam komunitas ini, proses komunikasi sangat diperlukan untuk membentuk hubungan dalam membangun komunikasi untuk mengerakan anggota untuk melakukan kegiatan sosial, namun sebelum hubungan tersebut bisa terbentuk maka sesama anggota harus saling mengenal satu sama lain dan berkomunikasi satu sama lain.

Lalu terdapat pula penelitian dengan objek yang sama berjudul Pola Komunikasi Komunitas Vespa Dalam Mempertahankan Solidaritas Kelompok. Penelitian tersebut jenis deskriptif kualitatif lalu penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dalam bentuk deskriptif naratif bukan dalam bentuk tabel-tabel data. Dengan hasil penelitian komunikasi yang dilakukan anggota berjalan dengan sendirinya atau spontan. Keterbukaan yang diterapkan dalam komunitas mempengaruhi anggota untuk tetap menjaga komunikasi yang terjalin diantara anggota.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penelitian yang telah di bahas di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana Pola komunikasi Customland dalam menjaga solidaritas pada masa covid-19?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang dilakukan Customland pada masa covid-19 dikarenakan kegiatan yang sering dilakukan oleh komunitas yaitu kumpul bersama dan mengadakan motoran bareng, namun dengan adanya virus covid-19 yang masuk ke Surabaya menimbulkan komunikasi yang terhambat karena sistem kebijakan yang telah di buat pemerintah.

I.4 Batasan Masalah

Penulis membatasi penelitian ini dalam beberapa batasan masalah, diantaranya adalah:

1. Objek Penelitian

   Pola komunikasi komunitas.

2. Subjek Penelitian

   Pembentuk Customland Dwi Prasetya dan Fadly Anggana berserta anggota Customland.

3. Metode Penelitian

   Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus.

I.5 Manfaat Penelitian

I.5.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini di harapkan dapat memberikan kajian-kajian yang berguna untuk Mahasiswa Universitas Widya Mandala terutuma untuk penelitian berikutnya.

I.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi manfaat dan wawasan baru untuk komunitas-komunitas yang ingin membentuk solidaritas melalui teori komunikasi-komunikasi yang telah di teliti.