

**POLA KOMUNIKASI KELOMPOK ASALVO AUTO COMMUNITY
PEKANBARU DALAM MEMBANGUN KOHESIVITAS UNTUK
PERKEMBANGAN OTOMOTIF DI PEKANBARU**

Oleh : Firas Surya Ramadhan

suryafiras@gmail.com

Pembimbing : Nova Yohana, S.Sos, M.I.Kom

Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Various kinds of automated communities exist in Indonesia, one of them is the Originvo Auto Community which has been widely spread in various regions in Indonesia such as one in the city of Pekanbaru with the name of the Originvo Auto Community Pekanbaru. Asalvo Auto Community Pekanbaru carries out forms of interaction and communication to increase its existence in the world of homeland modification, solidarity between members, and very close cohesiveness within the community. This study aims to determine the communication patterns and factors that influence the form and communication network of the Originvo Auto Community Pekanbaru in building cohesiveness for automotive development in Pekanbaru.

Group communication occurs when three or more people face to face, usually under the direction of a leader to achieve a common goal or goal and influence one another. This research uses descriptive qualitative research method, which has selected six selected informants, namely a community leader, two administrators, and three members of the Originvo Auto Community Pekanbaru.

The results of this study indicate that Asalvo Auto Community Pekanbaru conducts face-to-face communication and virtual communication where communication and interaction can occur with anyone, anytime, and anywhere. Communication is two-way and the communication network formed in the form of a scheme of all channels. In interacting this community uses symbols in the form of everyday language in the community. Cooperation in this community is more dominant than competition, this community has a written code of ethics that is used as norms and rules, this community always chooses and creates the right atmosphere in carrying out activities in order to create a sense of comfort and conducive. From the communication patterns and factors that affect the effectiveness of this communication form the cohesiveness of the Originvo Auto Community Pekanbaru among fellow members.

Keywords: *Communication Group, Asalvo Auto Community*

PENDAHULUAN

Perkembangan Dunia otomotif Indonesia yang semakin pesat dari tahun ke tahun tidak luput pula dari semakin maraknya perkembangan Komunitas Otomotif (*Auto Community*) baik komunitas untuk motor maupun komunitas untuk mobil di Kota-kota Indonesia, Komunitas (*community*) adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap, tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan menjelaskan kebersamaan itu (Mulyana, 2007:46). *Asalvo auto community* Pekanbaru merupakan salah satu cabang dari sebelas cabang komunitas *Asalvo auto community* di Indonesia yang merupakan sebuah tempat bagi modifikator mobil yang berdiri sejak 2013 dan saat ini beranggotakan 11 orang dengan 11 mobil. Meski anggotanya tidak banyak, seperti di komunitas otomotif lain, dikarenakan *Asalvo auto community* memiliki selektifitas tinggi untuk menerima anggota, *Asalvo Auto Community* Pekanbaru memiliki misi dalam memajukan modifikasi otomotif di tanah air terutama dengan ciri khas menggunakan produk *aftermarket*. Berbagai kegiatan komunikasi yang coba dibangun *Asalvo Auto Community* Pekanbaru diantaranya menggelar event otomotif seperti *meetup* sesama *car enthusiast* yang ada di Pekanbaru serta *gathering* di tempat-tempat seperti, café, bengkel & outlet.

Saat ini pengguna kendaraan roda empat di Indonesia khususnya *car enthusiast* di Pekanbaru memiliki persepsi bahwa produk *aftermarket* adalah produk *premium*. Sebelum persepsi ini lebih berkembang luas,

Asalvo Auto Community Pekanbaru sebagai salah satu kelompok otomotif yang anggotanya berisikan para pencinta otomotif yang sudah paham mengenai produk *aftermarket* berinisiatif untuk membangun, meningkatkan kesadaran dan merubah persepsi para pecinta otomotif Pekanbaru terhadap produk *aftermarket* melalui beberapa kegiatan sebagai sarana komunikasi awal untuk mencapai tujuan yang mana diharapkan kepada pecinta otomotif di Pekanbaru menggunakan produk *aftermarket*.

Pola komunikasi yang digunakan oleh *Asalvo auto community* Pekanbaru dapat efektif apabila komunikasi yang terjadi di internal *Asalvo auto community* Pekanbaru memiliki kohesivitas yang kuat sehingga dapat memberikan dampak terhadap membangun kebersamaan dalam menggunakan produk *aftermarket* untuk perkembangan dunia modifikasi otomotif di Pekanbaru. Berdasarkan fenomena diatas tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) Bagaimana bentuk komunikasi kelompok *Asalvo auto community* Pekanbaru dalam membangun kohesivitas kelompok untuk perkembangan modifikasi otomotif di Kota Pekanbaru, 2) Bagaimana jaringan komunikasi anggota kelompok *Asalvo auto community* Pekanbaru dalam membangun kohesivitas untuk perkembangan modifikasi otomotif di Kota Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

a. Pola Komunikasi

Pola menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat di artikan sebagai bentuk (Struktur) yang tetap. Djamarah (2004:1) menyatakan bahwa pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga

pesan yang dimaksud dapat dipahami. Menurut Tubbs dan Moss dalam Mulyana (2006: 26) mengatakan bahwa pola komunikasi dapat diciptakan oleh hubungan komplementaris atau simetri. Dalam hubungan komplementer, satu bentuk perilaku akan diikuti oleh lawannya. Contohnya perilaku dominan dari satu partisipan mendatangkan perilaku tunduk dan lainnya. Dalam simetri, tingkatan sejauh mana orang berinteraksi atas dasar kesamaan. Dominasi bertemu dengan dominasi, atau kepatuhan dengan kepatuhan. Disini mulai dilibatkan bagaimana proses interaksi menciptakan struktur sistem. Bagaimana orang merespon satu sama lain menentukan jenis hubungan yang mereka miliki.

b. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Mulyana, 2005: 74). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah musyawarah untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

c. Komunitas

Komunitas adalah jaringan dari beberapa individu yang saling mengikat yang meningkatkan sosialisasi sesama jaringan, saling mendukung, memberikan informasi, adanya rasa memiliki dan menjadi

identitas sosial. Ikatan yang kuat dan dukungan dari sesama anggota komunitas memungkinkan adanya saling ketergantungan di antara anggota komunitas yang secara sadar atau tidak terjadi interaksi saling memanfaatkan di antara anggota komunitas.

d. Kohesivitas

Greenberg (2005) menyatakan bahwa kohesivitas kelompok adalah perasaan kebersamaan dalam kebersamaan antar anggota kelompok. Tingginya kohesivitas perasaan dalam kebersamaan antar anggota kelompok. Tingginya kohesivitas sebuah kelompok berarti tiap anggota dalam kelompok saling berinteraksi satu sama lain, mendapatkan tujuan mereka, dan saling membantu di tiap pertemuan dan bila anggota kelompok tidak kompak maka tiap anggota kelompok akan saling tidak menyukai satu sama lain dan mungkin terjadi perbedaan pendapat.

e. Jaringan Komunikasi

Jaringan komunikasi adalah langkah-langkah dalam menentukan siapa yang dapat berkomunikasi dan bagaimana komunikasi itu dilakukan (secara langsung ataupun melalui anggota lain) sehingga dapat diterima antar anggota dalam kelompok dan organisasi.

Dilihat dari struktur dan bentuknya terdapat beberapa tipe jaringan komunikasi, diantaranya sebagai berikut :

a) Skema Lingkaran

Struktur lingkaran tidak memiliki pemimpin. Semua anggota posisinya sama. Mereka memiliki wewenang atau kekuatan yang sama untuk mempengaruhi kelompok. Setiap anggota bisa

- berkomunikasi dengan dua anggota lain disisinya.
- b) Skema Roda
Struktur roda memiliki pemimpin yang jelas, yaitu yang posisinya dipusat. Orang ini merupakan satu-satunya yang dapat mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Oleh karena itu, jika seorang anggota ingin berkomunikasi dengan anggota lain, maka pesannya harus disampaikan melalui pemimpinnya.
- c) Skema Y
Struktur Y relative kurang tersentralisasi dibanding dengan struktur roda, tetapi lebih tersentralisasi dibanding pola lainnya. Pada struktur Y juga terdapat pemimpin yang jelas (orang ketiga dari bawah). Tetapi satu anggota lainnya berperan sebagai pemimpin kedua (orang kedua dari bawah). Anggota ini dapat mengirimkan dan menerima pesan dari dua orang lainnya. Ketiga anggota lainnya melakukan komunikasi terbatas hanya dengan satu orang lainnya.
- d) Skema Rantai
Struktur rantai sama dengan struktur lingkaran kecuali bahwa para anggota yang paling ujung hanya berkomunikasi dengan satu orang saja. Keadaan terpusat juga terdapat disini. Orang yang berada diposisi tengah lebih berperan sebagai pemimpin dari pada mereka yang berada disisi lain.
- e) Skema Semua Saluran (*all channel*)
Pada struktur semua saluran atau pola bintang hamper sama dengan struktur lingkaran dalam artian semua anggota adalah sama dan semuanya juga

memiliki kekuatan yang sama untuk mempengaruhi anggota lainnya. Akan tetapi, dalam struktur semua saluran, setiap anggota bisa berkomunikasi dengan setiap anggota lainnya. Pola ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara umum. (Derry, 2005: 57-53).

f. Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik adalah teori yang dibangun sebagai respon terhadap teori-teori psikologi aliran behaviorisme, etnologi, serta struktural-fungsionalis. Teori ini sejatinya dikembangkan dalam bidang psikologi sosial dan sosiologi dan memiliki seperangkat premis tentang bagaimana seorang diri individu (*self*) dan masyarakat (*society*) didefinisikan melalui interaksi dengan orang lain dimana komunikasi dan partisipasi memegang peranan yang sangat penting. Teori interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Orang tergerak untuk bertindak berdasarkan makna yang diberikannya pada orang, benda dan peristiwa. Makna-makna ini diciptakan dalam Bahasa, yang digunakan orang baik untuk berkomunikasi dengan orang lain maupun dengan dirinya sendiri, atau pikiran pribadinya. Bahasa memungkinkan orang untuk mengembangkan perasaan mengenai diri dan untuk berinteraksi dengan orang lainnya dalam sebuah komunitas (West-Turner, 2009: 98).

Teori interaksi simbolik adalah hubungan antara symbol dan interaksi. Menurut Mead, orang bertindak berdasarkan makna simbolik yang muncul dalam sebuah situasi tertentu, sedangkan simbol adalah representasi dari sebuah

fenomena, dimana simbol sebelumnya sudah disepakati bersama dalam sebuah kelompok dan digunakan untuk mencapai sebuah kesamaan makna bersama. Dalam pandangan interaksi simbolik, sebagaimana ditegaskan Blumer, proses sosial dalam kehidupan kelompoklah yang menciptakan dan menegakkan kehidupan kelompok. Menurut teoritis interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah “interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol”. Penganut interaksi berpandangan, perilaku manusia pada dasarnya adalah produk dari interpretasi mereka atas dunia disekeliling mereka, jadi tidak mengakui bahwa perilaku itu dipelajari atau ditentukan, sebagaimana dianut oleh teori behavioristik atau teori struktural. Perilaku dipilih sebagai hal yang layak dilakukan berdasarkan cara individu mendefinisikan situasi yang ada.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif, dengan penyajian analisis secara deskriptif, dimana penelitian menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dari cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kualitatif dapat menunjukkan pada penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, atau hubungan kekerabatan. (Jaenal, 2006: 30)

Analisis deskriptif memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejernih mungkin tanpa adanya perlakuan terhadap obyek yang diteliti. Metode ini memberikan gambaran tentang suatu fenomena tertentu secara

terperinci, yang pada akhirnya akan diperoleh pemahaman yang lebih jelas tentang fenomena yang sedang diteliti. Jenis penelitian deskriptif bertitik berat pada observasi dan suasana alamiah (naturalistic setting). Penulis bertindak sebagai pengamat. Suasana alamiah artinya penulis terjun ke lapangan dan terlibat secara langsung dengan informan. (Rakhmat, 2004 : 25). Metode ini merupakan suatu metode yang berupaya memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau obyek tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis, komunitas Asalvo Auto Community Pekanbaru dalam melakukan bentuk komunikasi tatap muka dan virtual dengan menggunakan jaringan pola semua saluran (*all channel*) atau yang biasa juga disebut dengan pola bintang, dalam melakukan komunikasi tatap muka antara sesama anggota kelompoknya. Dimana menurut pola ini semua anggota memiliki kekuatan yang sama untuk mempengaruhi anggota lainnya, setiap anggota bisa berkomunikasi dengan setiap anggota lainnya. Meskipun memiliki pemimpin, namun dalam pola ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara umum.

Bentuk Komunikasi kelompok Asalvo auto community Pekanbaru dalam membangun kohesivitas kelompok dilakukan dalam dua bentuk yaitu secara tatap muka dan komunikasi virtual dalam komunikasi tatap muka dilakukan pada pelaksanaan kegiatan formal dan informal, penyelesaian tugas dalam mengikuti event kontes modifikasi, cerita dan canda tawa saat ngumpul bersama dimanapun berada. Lalu komunikasi virtual untuk menunjang mendapatkan informasi

dalam komunitas Asalvo auto community Pekanbaru terjadi di Whatsapp, Instagram, dan Line.

“Kami mempunyai semboyan ‘*We are one, We are strong, We are Asalvo*’, kata-kata itu mempunyai arti yang sangat dalam, semua anggota seluruh anggota tahu akan semboyan itu. Kata-kata itulah yang mempersatukan, mempererat, serta memperkuat seluruh anggota Asalvo Indonesia. Jadi kalau untuk Asalvo Pekanbaru, kata-kata itu sudah tidak asing lagi di telinga para anggota. Kami disini semua saudara, seperti memiliki kakak atau adek tambahan walaupun berbeda latar belakang, tidak memandang kendaraan apa yang digunakannya asal ada niat untuk terus maju dalam memodifikasi kendaraannya dan sama-sama ingin membesarkan nama Asalvo, kami akan bimbing. Apalagi nama Asalvo pertanggung jawabannya tidak hanya di Pekanbaru saja, jadi jika sudah membawa identitas Asalvo diluar Pekanbaru, maka harus dapat menjaga nama baik Asalvo tersebut.” (wawancara dengan Deddy Armand, ketua Asalvo Pekanbaru, 20 Juli 2019)

Teori interaksi simbolik adalah hubungan antara simbol dan interaksi. Menurut Mead, orang bertindak berdasarkan makna simbolik yang muncul dalam sebuah situasi tertentu, sedangkan simbol adalah representasi dari sebuah fenomena, dimana simbol sebelumnya sudah disepakati bersama dalam sebuah kelompok dan digunakan untuk mencapai sebuah kesamaan makna bersama. Walaupun kelompok ini tidak memiliki sapaan khusus, namun kelompok Asalvo auto community

Pekanbaru memiliki kata-kata yang sangat tidak asing bagi seluruh anggota kelompok.

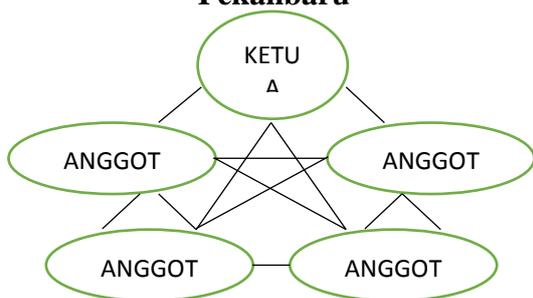
Sensation seeking merupakan sifat dalam kecenderungan umum, untuk mencari variasi, sesuatu yang baru dan kompleks, sensasi, pengalaman dan kemauan untuk mengambil risiko sehingga mendapatkan pengalaman tersebut (Zuckerman, 1994). Tingginya kohesivitas sebuah kelompok berarti tiap anggota dalam kelompok saling berinteraksi satu sama lain, mendapatkan tujuan mereka, dan saling membantu di tiap pertemuan dan bila anggota kelompok tidak kompak maka tiap anggota kelompok akan saling tidak menyukai satu sama lain dan mungkin terjadi perbedaan pendapat. Interaksi yang terjadi di dalam Asalvo auto community Pekanbaru dapat terjadi dengan siapa saja baik itu ketua, pengurus, ataupun anggota biasa. Meskipun memiliki tingkatan, tapi mereka dapat berkomunikasi secara langsung satu sama lain tanpa harus melalui perantara komunikator lain, baik secara tatap muka maupun secara virtual dengan menggunakan simbol-simbol yang diantaranya berupa bahasa sehari-hari yang memiliki arti umum di masyarakat. Tidak ada aturan formal di kelompok ini dalam hal berkomunikasi, seorang anggota dapat berkomunikasi dengan siapapun, selama apapun, asalkan tidak melanggar kode etik dan juga norma kesopanan yang berlaku.

Dalam struktur semua saluran, setiap anggota bisa berkomunikasi dengan setiap anggota lainnya. Pola ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara umum. (Derry, 2005: 57-53). Jaringan komunikasi dalam komunitas Asalvo auto community Pekanbaru menggunakan jaringan *all channel* (semua saluran), Dimana setiap anggota dapat menyampaikan dan

menjelaskan pesan kepada anggota lainnya, meskipun dalam struktur memiliki tingkatan yang berbeda.

Komunikasi yang terjadi bersifat dua arah, baik itu ketika melakukan komunikasi tatap muka maupun *virtual*. jaringan komunikasi tatap muka dan *virtual*. Dengan sistem komunikasi seperti ini akan menimbulkan suasana yang cair didalam internal kelompok karena siapa saja bisa melakukan komunikasi dan mempengaruhi satu sama lain tanpa terikat dengan struktur dan jabatan.

Gambar 5.3
Jaringan semua saluran (*all channel*)
pada komunikasi tatap muka dan
virtual Asalvo Auto community
Pekanbaru



Sumber: Olahan Penulis 2019

Namun mereka tetap menghargai dan memposisikan adanya pemimpin, yaitu ketua kelompok. Demikianlah yang terjadi pada realitas Asalvo auto community Pekanbaru, baik itu dalam melakukan komunikasi tatap muka ataupun melakukan komunikasi virtual. Jaringan komunikasi seperti ini turut membangun kohesivitas yang ada dalam kelompok ini, dimana komunikasi tidak dibatasi oleh aturan-aturan formal, membuat mereka semakin sering melakukan aktivitas komunikasi antara satu dengan yang lainnya.

Untuk faktor-faktor yang mempengaruhi jaringan komunikasi pada Asalvo auto community Pekanbaru yaitu: perbandingan konteks kerjasama dengan persaingan, norma-norma

kelompok, tantangan fisik, susunan tempat duduk, dan humor. Dalam komunikasi ada kecendrungan suatu perpaduan antara usaha kerjasama dan persaingan. Kerjasama dalam kelompok ini lebih mendominasi dibandingkan dengan persaingan, hal itu dapat dilihat dari pengamatan dan hasil wawancara yang penulis lakukan. Para anggota kelompok lebih merasakan ingin membantu dalam menyelesaikan tugas seperti memperbaiki kendaraan yang sedang di modifikasi dari perubahan *part-part*. Dengan adanya kerjasama yang terjadi antar sesama anggota akan saling memberikan perhatian dan tidak menyesatkan. Deutsch (1973) dan Johnson & Johnson (1977, 1989) dalam Johnson & Johnson (2012: 162) mengatakan ketika anggota kelompok bekerja dengan cara bekerjasama, komunikasi cenderung lebih bersaing, komunikasi cenderung kurang dan dapat menyesatkan.

Kelompok ini memiliki kode etik tertulis yang harus dipatuhi oleh seluruh anggota. Kode etik ini berfungsi sebagai pedoman para anggota untuk bersikap baik di kelompok, bermasyarakat, maupun bernegara. Selain itu kode etik ini juga berfungsi sebagai suatu pemersatu yang pada dasarnya kode etik ini di pegang oleh masing-masing anggota untuk dijalankan dan dipatuhi.

Kelompok ini juga memperhatikan lingkungan fisik dalam kegiatannya. Seperti mereka selalu memilih tempat untuk melaksanakan kegiatan dengan pertimbangan-pertimbangan khusus. Ini semua dilakukan tidak lepas untuk menciptakan rasa nyaman dan pada akhirnya akan mempengaruhi keefektifan komunikasi. Kenyamanan dan keefektifan komunikasi pada akhirnya akan mendorong suatu kohesivitas atau keterpaduan yang membuat perasaan

nyaman dan betah berada dalam suatu kelompok.

Pemilihan atau bentuk susunan tempat duduk dalam kelompok ini juga berpengaruh dalam menjalin komunikasi. Faktor kedekatan dan jabatan juga berpengaruh dalam menentukan posisi susunan tempat duduk. Namun untuk menjalin komunikasi yang efektif, ketua selalu mengambil posisi strategis seperti diujung meja ataupun ditengah. Sedangkan anggota lainnya biasanya memilih posisi yang dekat dengan teman dekatnya agar mencairkan suasana. Cara anggota menempatkan diri mereka dalam posisi tempat duduk yang berhubungan dengan anggota lain dapat menimbulkan pengaruh penting terhadap anggapan mereka tentang status, partisipasi, kegiatan kepemimpinan dan reaksi yang mempengaruhinya. Mudah-mudahan kontak mata dapat meningkatkan interaksi, keramahtamahan dan kerjasama.

Humor atau candaan sangat diperbolehkan di kelompok ini, tidak ada aturan khusus dalam melakukan humor asal masih tetap wajar dan tidak melanggar norma kesopanan yang berlaku. Setiap anggota diperbolehkan menggunakan humor dengan siapapun dan kapanpun baik itu kegiatan formal maupun informal. Adapun bentuk dari humor tersebut bisa berupa plesetan kata, sindiran, ataupun dengan sapaan biasa yang sudah biasa. Humor adalah pengaruh penting dalam keefektifan komunikasi kelompok. Humor cenderung mendorong keterpaduan dan mengurangi ketegangan didalam kelompok.

Menurut Wiryanto (2004: 50), kohesivitas merupakan kekuatan interaksi dari suatu kelompok. Kohesivitas ditunjukkan dalam bentuk keramahtamahan antar anggota kelompok, mereka biasanya senang

untuk bersama-sama. Masing-masing anggota merasa bebas untuk mengemukakan pendapat dan sarannya. Anggota kelompok biasanya juga antusias terhadap apa yang ia kerjakan dan mau mengorbankan kepentingan pribadi demi kepentingan kelompoknya, merasa rela menerima tanggung jawab atas aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi tanggung jawabnya dalam kelompok. Semua itu menunjukkan adanya kesatuan, keeratan dan saling menarik dari anggota kelompok.

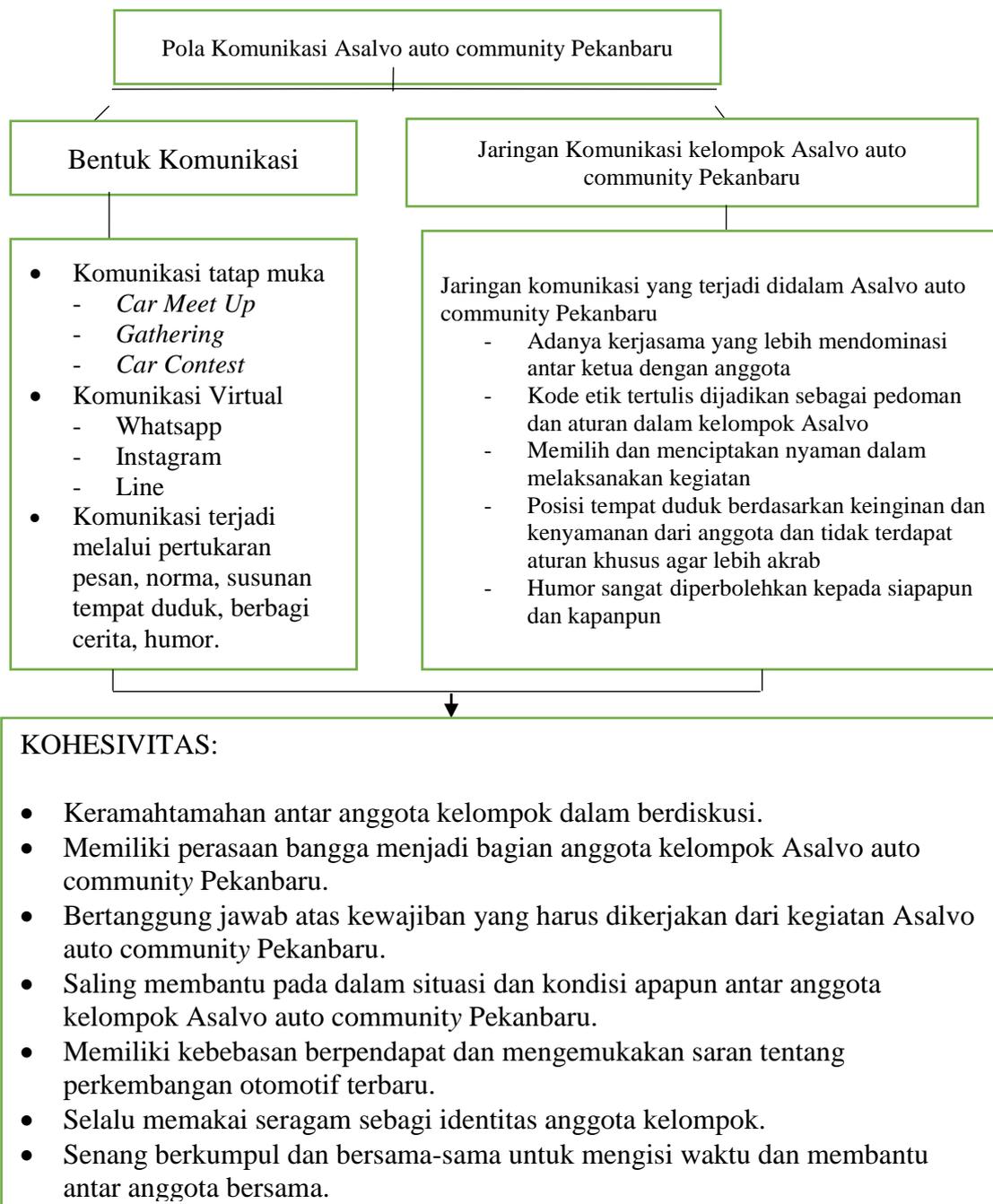
Begitu juga yang terjadi dalam Asalvo auto community Pekanbaru, ada keramahtamahan antar anggota, mereka senang berkumpul dan bersama-sama, setiap anggota bebas untuk mengemukakan pendapat dan sarannya. Setiap anggota dengan senang hati menerima tanggung jawab atas aktivitasnya yang dilakukan demi memenuhi kewajibannya dan kewajiban bersama. Kohesivitas yang terbentuk dalam kelompok ini sedikit banyaknya dipengaruhi oleh adanya interaksi komunikasi yang terjadi secara intensif dan juga kebiasaan-kebiasaan baik yang dilakukan, adanya spesialisasi fungsi (pelaksanaan tugas) yang diwujudkan dalam bentuk struktur, dan adanya kesadaran setiap anggota untuk bersatu dan membesarkan nama kelompok.

“siapapun boleh saja bertanya sama abang, ngga ada batasannya, ya kalo bisa dijawab, abang jawab langsung atau kaloapun tidak, kita diskusikan terlebih dahulu, apalagi yang berhubungan dengan modifikasi, jadi ya kalo kita sedang kumpul silahkan saja, ngobrol tentang modifikasi seperti spesifikasi velg, ukuran ban, jenis *shockbreaker*, barang audio, atau bahkan yang ada permasalahan pribadi dengan lawan jenis hahaha” (wawancara dengan Deddy Armand, Ketua Asalvo Pekanbaru, 20 Juli 2019)

Wawancara diatas menunjukkan bahwa, didalam kelompok, mereka bebas untuk berbicara dengan siapa saja dan tidak ada aturan yang membatasi mereka. Walaupun memang bang Deddy seorang Ketua tetapi bang Deddy

menanamkan rasa kalau diantara mereka itu sama tidak ada perbedaan antara pemimpin dan anggota. Secara sederhana pembahasan hasil penelitian diatas dapat digambarkan seperti dibawah ini

Komunikasi Kelompok Pada Asalvo auto community Pekanbaru dalam membangun Kohesivitas



Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan

1. Bentuk komunikasi kelompok yang terjadi di dalam Asalvo auto

community Pekanbaru dalam membangun kohesivitas untuk perkembangan otomotif adalah bentuk komunikasi tatap muka dan bentuk komunikasi secara virtual. Bentuk komunikasi tatap muka terjadi pada saat pelaksanaan kegiatan formal antara lain mengikuti modifikasi otomotif, *car meet up*, dan berkumpul sesama pecinta otomotif di Pekanbaru, dan kegiatan informal seperti *cars and coffee*, ngopdul, ngumpul di bengkel. Selain itu komunikasi tatap muka juga dilakukan pada saat pertemuan pembahasan kegiatan untuk berdiskusi mengenai perkembangan modifikasi kendaraan yang mereka gunakan. Selain pembahasan mengenai permodifikasian, karna kohesivitas kelompok yang tinggi mereka pun tidak jarang berbagi cerita tentang masalah pribadi. Bentuk komunikasi virtual yang dilakukan Asalvo auto community Pekanbaru menggunakan media sosial seperti whatsapp, instagram dan line, yang bertujuan untuk mempermudah berkomunikasi dan menyebarkan informasi kepada anggota tentang trend modifikasi terkini dan menunjukkan hasil kreasi mereka dibidang otomotif.

2. Jaringan komunikasi anggota Asalvo auto community Pekanbaru dalam membangun kohesivitas untuk perkembangan otomotif baik melalui bentuk tatap muka maupun virtual memiliki jaringan komunikasi dengan skema semua saluran (*all channel*). Jaringan ini bermakna setiap anggota memiliki hak yang sama dalam berkomunikasi tanpa adanya batasan struktur dalam komunitas dengan tidak mengabaikan norma kesopanan dan saling menghormati antar sesama anggota. Kelompok Asalvo Auto

Community Pekanbaru sangat mengutamakan persaudaraan dan kekeluargaan dalam membangun relasi dibidang otomotif karena perkembangan otomotif yang terus berkembang sehingga mereka saling memberikan masukan dan pendapat tentang permodifikasian yang terus berkembang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan penulis pada kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Para anggota Asalvo *Auto community* Pekanbaru agar dapat meningkatkan intensitas komunikasi baik secara tatap muka maupun virtual sehingga meningkatkan rasa solidaritas antar sesama, persaudaraan, dan lebih aktif lagi mengikuti kegiatan agar kelompok ini dapat terus bertahan, berkembang dan selalu eksis dalam permodifikasian otomotif di Indonesia khususnya di Kota Pekanbaru dengan cara menambah intensitas interaksi dengan memperbanyak interaksi dengan memperbanyak kegiatan otomotif.
2. Jaringan komunikasi komunitas kelompok Asalvo sebaiknya tidak hanya membangun jaringan yang baik di internal kelompok tetapi juga membangun jaringan yang lebih luas terhadap komunitas otomotif yang lain untuk menambah relasi, informasi, dan edukasi tentang perkembangan dunia permodifikasian otomotif terkini.

Daftar Pustaka

Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineke Cipta
- Arnold, Hugh J., dan Daniel C. Feldman, 1986, *Organizational Behaviour*, New York, McGraw- Hill Book Company
- Baron, R. A., Branscombe, N. R., & Byrne, D. 2008. *Social psychology*. New York: Pearson Education.
- Burhan, Bungin. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- _____. 2007. *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: PT Kencana.
- Burn, S. M. 2004. *Group: Theory and practice*. Canada: Wadsworth.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga*. Jakarta: Rineka Cipta
- Effendy, Omong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Gatzke-kopp, M.L, Raine, A., Loeber, R., Stouthamer-Louber, M., & Steinhauer, R.S. (2002). Serious delinquent behavior, sensation seeking, and electrodermal
- Greenberg, J. dan Baron, R.A. 2005. *Behaviour in Organizations, Understanding ang Managing The Human Side of Work*. Third Edition. Massachusets: Allin and Bacon.
- Ivancevich, John M, dkk. 2008 *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Jakarta: Erlangga
- Johnson, W, David, dan Johnson, P. Frank 2012. *Dinamika Kelompok: Teori dan Keterampilan*. Jakarta: PT. Indeks
- Iriantara, Y. 2005. *Media Relations : Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kotler P, Keller KL. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid ke-2. Sabran B, penerjemah; Maulana A, Barnadi D, Hardani W, editor. Jakarta (ID): Penerbit Erlangga. Terjemahan dari: *Marketing Management*. Ed ke-13.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi. Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Bandung: Widya Pajajaran
- Mulyana, Dedy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rodaskarya
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta. Jakarta
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 2001. *Komunikasi Organisasi, Rosda*, Bandung
- Perry, Stewart E. 2001. *Dalam CED Definitions and Terminology*.
- Raco, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulan*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Rahkmat, Jalaludin. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rodaskarya

_____. 2008. *Psikologi komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Rulla, Luigi M. 2003. *Depth Psychology and Vocation: A Psycho-Social Perspective*. Roma: Gregorian University Press

Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relation dalam Situasi dan Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada

Sendjaja, 1994, *Teori-Teori Komunikasi*, Jakarta: universitas terbuka

Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro, 2007, *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung, Rosdakarya.

Tjiptono F. dan Chandra G. 2011. *Service, Quality, & Satisfaction*. Andi, Edisi Ketiga, Yogyakarta.

Vaughan, G., & Hogg, M. (1995). *Introduction to social psychology*. New York: Prentice Hall.

West, Richard & Turner, Lynn, H. 2009 *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Humanika

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

_____. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Sumber Lain

Jurnal

Gurning, Fina P. *Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Kompas Muda*

Bandung. S1 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran.

Website

Asalvo Auto community. 2010. Diunduh dari http://modifikasi.bosmobil.com/A_Salvo_Auto_Community-b-245.html

Asalvo: Wadah pecinta otomotif. 2011. Diunduh dari <http://citizenmagz.com/?p=2085>

Final HIN 2014: Disesaki ratusan kontestan modifikasi. (2014). Diunduh dari <http://kabarotomotif.com/final-hin-2014-disesaki-ratusan-kontestan-modif/>

Mengenal Sejarah Mobil. (2015). Diunduh dari http://www.kompasiana.com/ferdiendo/mengenal-sejarah-mobil_55008a8fa33311377251138a

Nilai transaksi IIMS 2014 tembus rp 5,456 Triliun. (2014). Diunduh dari <http://autotekno.sindonews.com/read/906121/120/nilai-transaksi-iims-2014-tembus-rp5-456-triliun-1411953049>

Tantangan Pasar Otomotif Aftermarket 2017 diunduh dari <https://www.gooto.com/read/828195/tantangan-pasar-aftermarket-otomotif-2017>

<https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/otomotif/item6047?>