



SIMBOL-SIMBOL DALAM INTERAKSI ANGGOTA HARLEY OWNERS GROUP (HOG) JAKARTA CHAPTER

George Wilhelm Bender
PTS Universitas Bina Sarana Informatika
Prodi Hubungan Masyarakat (D3)
(Naskah diterima: 20 November 2019, disetujui: 25 Desember 2019)

Abstract

This study reveals the symbols used in interactions among HOG Jakarta Chapter members. The purpose of the study are: (1) Undertsanding the symbols involed among the community member; (2) Reveals meaning of those symbols: (3) Reveals HOG Jakarta Chapter members self-concept. This study uses Interpretive paradigm, Phenomenology uses as method and Simbolic Interactionism as a theory, aiming to reveals what HOG Jakarta Chapter activity means to their own members Also how interaction among members molds members self concept. Utilizing interpretive paradigm and symbolic interactionism theory, the study result shows unique symbols during interactions among members of HOG Jakarta Chapter. Those unique symbols has certain meaning for the members and also led to shape HOG Jakarta Chapter member self concept.

Keywords: motive, symbol, meaning, self concept, symbolic interactionism, pnenomenology.

Abstrak

Penelitian ini mengungkapkan simbol-simbol yang memiliki makna bagi anggota komunitas HOG Jakarta Chapter dalam interaksi yang terjadi diantara mereka. Tujuan penelitian ini adalah: (1) mengetahui simbol-simbol yang digunakan oleh anggota komunitas HOG Jakarta Chapter bergabung dan mengikuti kegiatan dalam komunitas tersebut; (2) Mengetahui makna yang terkandung dalam simbol tersebut; (3) Konsep diri anggota komunitas HOG Jakarta Chapter. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan menggunakan metode Fenomenologi dan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam interaksi antar anggota HOG Jakarta Chapter, terdapat simbol-simbol yang khas. Simbol-simbol tersebut memiliki makna tersendiri bagi anggota HOG Jakarta Chapter. Pada akhirnya pertukaran simbol-simbol tersebut turut membentuk konsep diri anggota komunitas HOG Jakarta Chapter.

Kata Kunci : motif, simbol, makna, konsep diri, interaksi simbolik, fenomenologi.

I. PENDAHULUAN

Mendengar kelompok pecinta sepeda motor Harley-Davidson mungkin benak kita

akan terbawa pada film-film Hollywood dimana para anggotanya adalah para gangster bertato yang menyukai kebebasan dan sering terlibat dalam berbagai tindak kejahatan.

Apalagi ditambah dengan pemberitaan di media bahwa terjadi pelanggaran lalu-lintas oleh anggota komunitas pecinta Harley-Davidson di tanah air. Misalnya saja ketika terjadi beberapa insiden pada konvoi Harley-Davidson di Yogyakarta pada bulan Agustus 2015 silam pada event Jogja Bike Week

Pada saat itu selain terjadi beberapa insiden seperti kecelakaan yang melibatkan anggota komunitas pecinta Harley-Davidson dan masyarakat setempat, juga terjadi penghadangan kepada para pengendara sepeda motor besar di lampu merah oleh dua orang pesepeda karena para pengendara sepeda motor besar dinilai melanggar aturan lalu-lintas.

Hal tersebut membuat masyarakat memaknai para anggota kelompok pecinta sepeda motor Harley-Davidson memiliki konsep diri yang rendah dan sesuai dengan gambaran penunggang Harley-Davidson yang didapatkan oleh masyarakat dari film-film Hollywood.

Padahal, berbeda dengan gambaran umum di film-film Hollywood, para anggota pecinta sepeda motor Harley-Davidson di Indonesia seperti Harley-Davidson Owners Group (HOG) Jakarta Chapter kebanyakan adalah pengusaha dan profesional yang

menyukai petualangan dengan menggunakan sepeda motor besar Harley-Davidson.

HOG Jakarta Chapter berbeda dengan komunitas-komunitas Harley-Davidson lainnya yang ada di Indonesia. Sebab seperti layaknya HOG dimanapun di seluruh dunia, HOG Jakarta Chapter sebenarnya adalah klub resmi yang disupport penuh oleh dealer setempat. Pada dasarnya setiap orang yang membeli Harley-Davison dalam keadaan baru dari dealer resmi berhak menjadi anggota HOG setempat. HOG adalah inovasi yang dilakukan Harley-Davidson Motor Company sejak tahun 1983 (Daniel Gross, 1996: 292).

Seperti yang sudah disebutkan di atas, di dalam komunitas terjadinya suatu interaksi adalah suatu keniscayaan dan menurut perspektif interaksi simbolik, makna terbentuk dari dari interaksi sosial (Blumer, 1986:5). Dengan kata lain, makna tidak inheren melekat pada obyeknya; makna tidak berada sebagaimana adanya secara alamiah. Makna dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa, oleh karena itulah perspektif ini disebut interaksi simbolik. (Griffin, 2006:57).

Interaksi yang khas di dalam komunitas HOG Jakarta Chapter tentu saja merupakan medan pertukaran makna. Dimana interaksi yang khas dengan bahasa yang informal

menjadi ciri interaksi pada komunitas ini. Belum lagi juga terdapat simbol-simbol yang berada di dalamnya seperti cara berpakaian, penampilan sepeda motor, dan simbol-simbol lain yang bermakna khusus bagi mereka.

Akibat dari interaksi tersebut akan terjadi proses saling mempengaruhi di antara para anggota HOG Jakarta Chapter. Manusia tentu saja tidak bereaksi begitu saja atas makna tertentu yang disampaikan kepadanya. Namun menurut Blumer manusia akan mengolahnya di dalam batin melalui sebuah proses. Sejalan dengan premis ketiga Herbert Blumer sebagaimana dikutip oleh Griffin, “*An individual interpretation of symbols is modified by his or her own thought process.*” (Griffin, 2006: 58). Proses ini seringkali disebut oleh para praktisi interaksi simbolik sebagai *inner conversation* sementara Mead menyebutnya *inner dialogue* ini sebagai *minding* yaitu proses yang sering kita alami dalam keadaan sehari-hari ketika berinteraksi dengan orang lain atau (*taking role of the other*).

Harley Owners Group (HOG) Jakarta Chapter

Kebanyakan konsumen Harley-Davidson (yang berusia 30-55 tahun) bukan membeli karena produknya semata-mata,

namun lebih karena bagaimana merek Harley-Davidson tersebut direpresentasikan. Bagi mereka, memiliki sepeda motor Harley-Davidson merupakan sebuah tahap penting dalam kehidupan yang melibatkan perubahan signifikan dalam status mereka dalam masyarakat.

Memiliki sepeda motor Harley-Davidson dan bergabung dengan komunitasnya memang merupakan idaman banyak penyuka sepeda motor. Bahkan, komunitas biker Harley-Davidson ternyata membentuk subkultur tersendiri.

Dimana dalam subkultur tersebut para biker Harley-Davidson memiliki keunikan tersendiri dalam hal budaya yang mereka bangun. Meliputi identifikasi-identifikasi tertentu, hirarki dan struktur sosial tersendiri, etos yang unik, seperangkat kepercayaan dan nilai-nilai, jargon-jargon unik, ritual dan ekspresi simbolik tertentu.

Seerti yang diungkap John Schouten pada penelitian *Selves in Transition: Symbolic Consumption in Personal Rites of Passage and Identity Reconstruction* dimana konsumsi terhadap suatu produk atau jasa tidak semata berarti mengkonsumsi produk atau jasa tersebut secara fisik namun juga mengkonsumsinya secara simbolik.

Anggota komunitas Harley Owners Group (HOG) Jakarta Chapter yang merupakan sekumpulan atau sekelompok orang yang mempunyai kegemaran mengendarai sepeda motor Harley-Davidson. Harley Owners Group (HOG) Jakarta Chapter sendiri sebagaimana HOG manapun di seluruh dunia merupakan perpanjangan tangan resmi dari dealer resmi di negara setempat. Maka dari itu Harley Owners Group (HOG) Jakarta Chapter diakui langsung oleh Harley-Davidson Motor Company di Amerika Serikat.

Harley Owners Group (HOG) Jakarta Chapter berdiri sejak tahun 1998 dan mempunyai sekretariat yang beralamat di Jalan Sultan Iskandar Muda No. 18 Strike Seafood Lantai 3, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Sebagai komunitas Harley-Davidson, HOG Jakarta Chapter mempunyai tiga kegiatan utama yaitu *gathering, touring, and charity*.

Menggunakan fenomenologi sebagai metodologi penelitian, peneliti ingin menggambarkan fenomena dari sebuah komunitas bernama HOG Jakarta Chapter menurut pandangan dan pengalaman mereka sendiri (intersubjektivitas) sejalan dengan pandangan Polkinghorne yang dikutip oleh Creswell (Creswell, 2007: 51-52).

Bisa dibilang interaksi dalam HOG Jakarta Chapter adalah medan dimana simbol dan makna saling dipertukarkan dan makin disempurnakan ketika interaksi berlangsung. Individu-individu yang mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan lingkungan komunitas HOG Jakarta Chapter ini akhirnya memberikan motif kepada individu-individu anggota komunitas HOG Jakarta Chapter tersebut untuk berperilaku.

II. KAJIAN TEORI

2.1 Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang-orang yang terdiri dari dua atau tiga orang bahkan lebih. Kelompok memiliki hubungan yang intensif diantara mereka satu samalainnya, terutama kelompok pimer, intensitas hubungan diantara mereka merupakan persyaratan utama yang dilakukan oleh orang-orang dalam kelompok tersebut. (Jalaludin Rahmat, 2004: 172)

Tidak seperti kebanyakan ahli sosiologi lainnya, Mead seperti dikutip oleh Griffin, memandang komunitas sebagai kumpulan individu-individu yang memiliki kehendak bebas walaupun seorang individu akan berkaitan dengan berbagai sistem yang ada di dalam masyarakat. Meskipun demikian, komunitas atau kelompok tetap memegang

peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Kelompok, komunitas atau masyarakat adalah tempat dimana interaksi dalam hal ini komunikasi, terjadi. Mead menganggap “Me” tidak dilahirkan, namun satu-satunya jalan adalah membentuk “Me” adalah melalui interaksi simbolik yang dimulai dari keluarga, teman bermain, sampai institusi seperti sekolah. (Griffin, 2006:61-62).

Melalui interaksi simbolik dengan manusia lain inilah manusia memperoleh gambaran dirinya melalui *generalized other*. Melalui kelompok pula, manusia sejak kecil belajar bersosialisasi. Bahkan Mead meyakini perkembangan mental anak-anak dibentuk secara gradual sesuai cakupan kelompok yang makin lama makin meluas, dari play stage hingga game stage semuanya dilakukan dalam ruang lingkup kelompok yang makin lama makin meluas. (Ritzer, 2001 :364)

Dalam berhubungan dengan orang lain, manusia akan senantiasa menimbang-nimbang untung dan rugi seperti yang diungkapkan oleh George Homans, pencetus teori pertukaran sosial. Dalam teorinya, Homans menjelaskan perubahan sosial dan stabilitas adalah proses negosiasi pertukaran. Ketika orang menganggap relasi dari sebuah hubungan lebih banyak merugikan ketimbang

menguntungkan, teori ini memprediksi orang cenderung menyudahi hubungan tersebut. Namun ketika pengorbanan dan keuntungan dari sebuah hubungan dianggap seimbang, hubungan tersebut dianggap sepadan. Makin tinggi nilai keuntungan dari sebuah hubungan yang didapat dalam kelompok, maka makin tinggi kohesivitas dalam kelompok tersebut. (c, 2009: 37)

Bericara masalah kohesivitas dalam sebuah kelompok, kohesivitas merupakan suatu hal yang penting. Karena kohesivitas dapat menjadi sebuah alat pemersatu anggota kelompok agar dapat terbentuk sebuah kelompok yang efektif. Halida (dalam Sarwono et al, 2009: 178-179) mengemukakan bahwa tingginya kohesivitas kelompok sangat berhubungan dengan konformitas anggota terhadap norma kelompok dan persamaan-persamaan yang nantinya akan meningkatkan komunikasi di dalam kelompok.

Sementara itu tingkat kohesivitas dalam kelompok tentu berbeda-beda antara satu kelompok dengan kelompok yang lain. Kohesivitas kelompok yang berbeda-beda ini ternyata membawa dampak yang berbeda dalam berkomunikasi bagi anggota yang berada didalamnya. Sebab menurut Kurt Back,

makin tinggi kohesivitas suatu kelompok, makin sulit bagi anggotanya untuk mencapai sebuah kesepakatan. Dalam sebuah kelompok dengan kohesivitas tinggi, makin banyak hal dipengaruhi oleh diskusi kelompok dibanding dalam kelompok yang kurang kohesif. (Bruhn, 2009: 37)

Artinya makin kohesif sebuah kelompok, makin kuat pula pengaruh kelompok kepada para anggotanya. Pengaruh kelompok pada anggotanya ini sering disebut dengan konformitas. Mengutip Kiesler dan Kiesler (1969), Jalaludin Rahmat (2011:148) menyebut “Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai tekanan kelompok -- yang riil atau yang dibayangkan.” Karena itu, makin kohesif kelompok, makin mudah anggota-anggotanya tunduk pada norma kelompok, dan makin tidak toleran pada anggota yang devian.

“Kelompok-kelompok yang tinggi tingkat kepaduannya cenderung melakukan tekanan konformitas yang kuat, Tampaknya semakin erat ikatan dalam kelompok, semakin besar pula penolakan para anggotanya untuk mengizinkan siapa pun menjadi anggota bila tidak mau menganut nilai-nilai mereka.” (Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss, 2005:71).

Kohesivitas yang tinggi dalam kelompok membuat individu-individu yang menjadi anggota kelompok menjadi semakin anonim. Anonimitas ini juga memicu apa yang disebut depersonalisasi dimana persepsi dan perilaku individu terserap oleh salinitas kelompok yang begitu kuat. Pada akhirnya menggerus basis interpersonal untuk perbandingan sosial, kesadaran diri dan presentasi diri (Martin Lea, Russel Spears dan Dhapne de Groot, 2001: 528).

2.2 Interaksi Simbolik

Tidaklah mengherankan jika manusia hidup berkelompok dengan manusia lain seperti halnya dalam HOG Jakarta Chapter. Sebab berhubungan dengan manusia lain adalah sifat alamiah manusia. Dalam berhubungan dengan manusia lain itu, terjadi interaksi di antara mereka. Ketika berinteraksi dengan manusia lain tersebut, manusia menyesuaikan diri agar cocok dengan lingkungan dimana ia berinteraksi. Maka dari itu Blumer menyebut manusia sebagai “an acting organism.” Selain menyesuaikan diri dan merespon manusia lain dalam level non simbolik, namun manusia juga mampu memberikan indikasi tertentu kepada manusia lain sekaligus menginterpretasikan indikasi yang diberikannya tersebut.

Symbolic interactionism recognizes that human beings must have a makeup that fits the nature of social interaction. The human being is seen as an organism that not only responds to others on the non-symbolic level but as one that makes indications to others and interprets their indications. (Blumer, 1969:12)

Maka ketika masuk dalam kelompok HOG Jakarta Chapter seseorang akan menyesuaikan diri dengan apa yang ada dalam kelompok tersebut agar dapat diterima dalam kelompok. Misalnya mengikuti aturan-aturan, tata-tertib dan norma-norma yang ada. Namun orang tersebut tidak hanya menerima begitu saja makna yang ada di sekitarnya.

Dalam interaksi simbolik ada tiga permis yang dibangun yaitu bahwa: pertama, manusia bertindak berdasarkan makna-makna; kedua, makna tersebut didapatkan dari interaksi dengan orang lain; dan ketiga, makna tersebut berkembang dan disempurnakan ketika interaksi tersebut berlangsung (Mulyana, 2001:35).

Jelaslah bahwa komunitas seperti HOG Jakarta Chapter adalah medan pertukaran makna. Dimana anggota-anggota HOG Jakarta Chapter di dalamnya dalam interaksinya dengan sesama anggota membangun makna

tertentu dari interaksi tersebut. Namun makna yang terbangun tersebut tidaklah statis namun terus berkembang sejalan dengan interaksi yang terus belanjut dan sejalan dengan dinamika kelompok tersebut.

Makna adalah produk interaksi sosial, karena makna tidak melekat pada obyek melainkan dinegosiasikan dalam penggunaan bahasa. Negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya obyek fisik, tindakan atau peristiwa.

Berdasarkan atas pemikiran Mead tersebut, George Ritzer (Mulyana 2010: 73) menyatakan prinsip-prinsip interaksi simbolik adalah sebagai berikut:

1. Manusia tidak seperti hewan, diberkahi dengan kemampuan berpikir.
2. Kemampuan berpikir itu dibentuk oleh interaksi simbolik.
3. Dalam interaksi simbolik orang belajar makna dan simbol yang memungkinkan mereka menerapkan kemampuan khas mereka sebagai manusia, yaitu berpikir.
4. Makna dan simbol memungkinkan orang melanjutkan tindakan (action) dan interaksi khas manusia.

5. Orang mampu memodifikasi atau mengubah makna dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan interpretasi mereka atas situasi.
6. Orang mampu melakukan modifikasi dan perubahan ini karena antara lain, kemampuan mereka berinteraksi dengan diri sendiri, yang memungkinkan mereka memeriksa tahapan-tahapan tindakan, menilai keuntungan dan kerugian relative, dan kemudahan memilih salah satunya.
7. Pola-pola tindakan dan interaksi yang jalin-menjalin ini membentuk kelompok dan masyarakat.

(Turner 1978: 327-330) Para pengikut teori interaksi simbolik sepakat mengenai beberapa hal: Pertama, terdapat kesepakatan bahwa manusia merupakan mahluk yang mampu menciptakan dan menggunakan simbol. Kedua, manusia memakai simbol untuk saling berkomunikasi. Ketiga, manusia berkomunikasi melalui pengambilan peran (*Role taking*). Keempat, masyarakat tercipta bertahan dan berubah berdasarkan kemampuan manusia untuk berpikir, untuk mendefinisikan, untuk melakukan renungan dan untuk melakukan evaluasi.

Ritzer menyebutkan bahwa hal yang dianggap penting dalam interaksi simbolik adalah bagaimana pengaruh makna dan simbol dalam tindakan dan interaksi manusia. Manusia dalam bertindak secara terus-menerus berusaha memperkirakan pengaruh pada aktor-aktor lain yang terlibat dan dalam proses interaksi sosial, manusia secara simbolik mengkomunikasikan makna kepada orang lain yang kemudian merespon tindakan tersebut berdasarkan interpretasi mereka. Sehingga dalam interaksi sosial para aktor yang terlibat di dalamnya berhubungan dalam proses saling mempengaruhi yang bersifat setara. (Ritzer, 2011: 373).

2.3 Fenomenologi

Dalam mempelajari komunitas yang unik seperti Harley-Davidson Owners Group (HOG) Jakarta Chapter dan cara mereka berinteraksi di dalam komunitasnya yang khas, dimana perilaku interaksi para anggota HOG Jakarta Chapter sangat dinamis dan cair, diperlukan pendekatan yang tepat untuk mempelajarinya.

Maka dari itu, penting untuk menggunakan pendekatan yang mampu menggambarkan fenomena yang terjadi dalam komunitas HOG Jakarta Chapter terlepas dari prasangka-prasangka dan stigma yang

terlanjur melekat di masyarakat terutama terhadap kelompok pecinta sepeda motor Harley-Davidson.

Menurut penulis, pendekatan fenomenologitepat dipakai untuk menggambarkan fenomena komunitas HOG Jakarta Chapter karena fenomenologi merupakan pendekatan yang memahami tingkah laku manusia menurut kerangka acuan dari sang pelakunya sendiri (Deutscher, 1973:38)

Menurut Weber sebagaimana dikutip Doyle Paul Johnson (1986:42), fenomenologi sebagai pendekatan subyektif atau interpretif dirasa mampu berempati dengan menempatkan diri dalam kerangka berpikir orang lain yang perilakunya hendak dijelaskan dan situasi serta tujuannya hendak dilihat menurut perspektif tersebut

Fenomenologi juga dianggap ideal untuk menggambarkan hal-hal yang mendalam seperti motif atau makna. Sebab fenomenologi memandang manusia sebagai *human being* dan bukan sekadar human bodies atau sekadar jasmaniah saja. Fenomenologi dapat melihat kekuatan yang mendorong manusia sebagai sesuatu yang bermakna dan kekuatan tersebut dapat berupa wawasan, perasaan dan motif yang bersifat batiniah (Jack Douglas, 1970:89-119).

Kekuatan fenomenologi untuk melihat lebih dalam justru karena tidak mendasarkan diri pada hipotesis dan aksioma tertentu. Sebaliknya fenomenologi melihat sesuatu sebagaimana adanya menurut sudut pandang pelaku dan pengalaman subyektifnya sendiri. Menurut Griffin:

Altough phenomenology is an imposing philosophical term, it basically refers to the intentional analysys of everyday life from the standpoint of the person who is living it. Thus, the phenomenological tradition places great emphasis on people's perception and interpretation of their own subjective experience. For the phenomenologist, an individual's story is more important-and more authoritative-than any research hypothesis or communication axiom. (Griffin, 2006: 32)

Dalam pandangan fenomenologi, komunitas seperti HOG Jakarta Chapter harus dipandang sebagai sebuah konsep sosial. Dimana konsep sosial ini dalam fenomenologi konsep ‘sosial’ didefinisikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih.

Perilaku antar manusia yang terdapat dalam komunitas seperti HOG dalam pandangan Shutz dilakukan secara sadar. Shutz yang mengadopsi pemikiran Edmund Husserl memandang kesadaran akan

kehidupan sehari-hari sebagai kesadaran sosial.

Menurut Mulyana mengutip Schutz:

“Kesadaran akan kehidupan sehari-hari adalah sebuah kesadaran sosial yang menurutnya berlangsung dalam dua cara: *pertama*, kesadaran untuk mengandaikan begitu saja kegiatan orang lain yang dialami bersama; *kedua*, kesadaran memakai tipe-tipe yang yang diciptakan dan dikomunikasikan oleh kelompok-kelompok individu yang ada.”(Mulyana 2007:32)

Menurut Weber, “tindakan individu adalah suatu tindakan subjektif yang merujuk pada suatu motif tujuan (*in order to motive*) yang sebelumnya mengalami proses intersubjektif yang berupa hubungan interaksi *face to face* anterpersona yang bersifat unik.” (Sobur, 2013: 55-56).

Karena itulah dengan menggunakan pendekatan fenomenologi diharapkan penelitian ini mampu mengungkap detail pada obyek yang dikaji dalam berbagai aspek yang tidak mungkin dihitung secara kuantitatif. Dalam penelitian ini penting untuk mengungkap pikiran dan perasaan sesungguhnya dari anggota HOG Jakarta Chapter dalam memaknai kegiatan mereka dalam kelompoknya secara pribadi dan bagaimana

konsep diri mereka sebagai anggota komunitas sepeda motor besar, termasuk motif mereka bergabung dengan komunitas tersebut apakah karena untuk sekadar berkomunitas, ikut-ikutan, motif ekonomi dan lain sebagainya, serta perilaku mereka dalam kelompok tersebut.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi. Dimana peneliti menganggap bahwasanya realitas sosial manusia terbentuk berdasarkan pengalaman komunikasi di lingkungan sekitarnya, sehingga makna terbentuk dan dipertukarkan di dalamnya.

Fenomenologi sosial Schutz dimaksudkan untuk merumuskan ilmu sosial yang mampu ‘menafsirkan dan menjelaskan tindakan dan pemikiran manusia’ dengan cara menggambarkan struktur-struktur dasar. “...Realita yang nampak ‘nyata’ di mata setiap orang yang berpegang teguh pada ‘sikap alamiah’ (Schutz dan Luckman, 1974 :3) inilah issue utama interpretif yang memusatkan perhatian pada makna dan pengalaman subyektif sehari-hari yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana obyek dan pengalaman tercipta secara penuh makna dan dikomunikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Metode pengumpulan data yang penulis lakukan adalah

1. Wawancara mendalam dengan *key informant*

Penulis melakukan wawancara dengan orang-orang yang dianggap senior di kalangan HOG Jakarta Chapter seperti Sahat Manalu (Dealer Principal Anak Elang Harley-Davidson serta mantan HOG Director 2013-2015 dan 2015-2017), Suherli (HOG Director 2017-2019), Prima Baskoro (pembina HOG Jakarta Chapter mantan HOG Director 2009-2011) serta Anjas Asmara (biker dan pesepakbola legendaris).

2. Observasi

Penulis datang dan berinteraksi dengan para anggota HOG Jakarta Chapter pada acarfa-acara seperti gathering, persiapan touring, ulang tahun HOG Jakarta Chapter dan event-event lainnya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam komunitas HOG Jakarta Chapter terdapat simbol-simbol yang bermakna bagi para anggotanya. Selain simbol yang nampak bagi orang luar, juga ada simbol-simbol yang hanya dipahami maknanya oleh anggota HOG Jakarta Chapter seperti: emblem di rompi HOG Jakarta Chapter, jumlah sepeda motor yang dimiliki,

dan logo HOG Jakarta Chapter atau logo Harley-Davidson.

Pada interaksi di dalam komunitas HOG Jakarta Chapter, masing-masing anggota ingin memperlihatkan seberapa besar kecintaan mereka terhadap Harley-Davidson, dan salah satu caranya adalah dengan penggunaan simbol-simbol tertentu.

Tanda-tanda tersebut merupakan simbol yang digunakan untuk berkomunikasi dan menyampaikan pesan kepada sesama anggota HOG Jakarta Chapter. Teori interaksionisme simbolik melihat penggunaan simbol-simbol tersebut dalam interaksi yang terjadi antar sesama anggota HOG Jakarta Chapter merupakan sebuah tindakan dengan penggunaan simbol dalam rangka mendeklarasikan identitas, semacam "inilah diriku, pecinta Harley-Davidson sejati."

Simbol yang paling sering dipakai tentu adalah logo Harley-Davidson dalam berbagai variasi. Simbol ini bagi penggemar Harley-Davidson manapun adalah semacam pernyataan diri bahwa mereka adalah pecinta Harley-Davidson. Tak heran logo Harley-Davidson bertebaran, mulai di jaket atau rompi para anggota HOG Jakarta Chapter, stiker di kendaraan roda empat, kaos, kemeja, topi, sabuk, dan aksesoris lainnya.

Bahkan dalam keseharian para anggota HOG Jakarta Chapter, mereka yang sehari-harinya adalah pengusaha, pebisnis, atau profesional, tak segan-segan menggunakannya walau mungkin tidak mencolok. Bagi mereka hal itu adalah sebuah pernyataan diri.

Bukanlah hal yang mengherankan jika pembubuhan logo Harley-Davidson tersebut digunakan pula di rumah tinggal mereka, beberapa dengan sangat mencolok yaitu ditempatkan pada tembok bagian luar atau depan rumah. Penggunaan logo Harley-Davidson di rumah tinggal anggota HOG Jakarta Chapter tersebut juga ada pada berbagai perabot seperti furniture sampai sarung bantal. Lebih personal lagi, logo Harley-Davidson juga kerap digunakan sebagai tato oleh beberapa anggota HOG Jakarta Chapter.

Berdampingan dengan logo Harley-Davidson, tentu saja simbol yang kerap digunakan adalah logo HOG Jakarta Chapter yang penggunaannya mirip dengan logo Harley-Davidson. Simbol HOG Jakarta Chapter paling umum berada di rompi atau jaket anggota HOG Jakarta Chapter selain pada kendaraan roda empat milik mereka.

Dalam hal simbol HOG Jakarta Chapter pada rompi, ada simbol lain yang biasanya

mengiringi. Misalnya tulisan Director yang artinya ketua, Assistant Director yang artinya wakil ketua atau Life Member yang artinya anggota yang sudah teruji dedikasinya terhadap organisasi. Simbol-simbol tersebut memiliki makna tersendiri bagi anggota HOG Jakarta dan orang yang mengenakan rompi dengan simbol-simbol tersebut akan sangat dihormati oleh anggota HOG Jakarta Chapter lainnya.

Simbol lainnya adalah emblem-emblem yang menandakan destinasi turing yang sudah pernah ditempuh. Makin banyak emblemnya, maka menandakan anggota tersebut makin kawakan soal turing. Maka dari itu emblem turing tersebut merupakan simbol yang bermakna cukup tinggi bagi anggota HOG Jakarta Chapter karena merupakan bukti kecintaan akan kegiatan bermotor Harley-Davidson. Simbol-simbol mengenai turing ini bahkan tak hanya tertempel di rompi atau jaket saja namun juga secara permanen di badan alias tato.

Tak kalah menarik, jumlah sepeda motor Harley-Davidson yang dimiliki juga merupakan simbol tersendiri di kalangan mereka. Biasanya pecinta Harley-Davidson memang memiliki kebiasaan *repeat buying* atau membeli lagi dan lagi. Maka sangat biasa

ditemui anggota HOG Jakarta Chapter yang memiliki lebih dari satu sepeda motor Harley-Davidson. Jumlahnya bahkan bisa belasan bahkan ada yang lebih. Nah, kepemilikan ini biasanya dapat diketahui selain dari obrolan di antara mereka, juga dari tanda yang terdapat di kartu *membership* HOG Jakarta Chapter.

V. KESIMPULAN

Interaksi yang intens dengan sesama anggota HOG Jakarta Chapter sebagai *significant other* membuat mereka lebih menonjolkan identitas mereka sebagai seorang *biker* ketimbang profesi mereka sebagai identitas.

Ketika bergabung dalam HOG Jakarta Chapter, lama kelamaan terjadi perubahan dalam cara mereka menyebut diri mereka. Sebelumnya mungkin mereka menyebut diri mereka sebagai pengusaha, direktur, dan lain sebagainya. Setelah bergabung dengan HOG Jakarta Chapter, umumnya mereka berangsur-angsur lebih nyaman jika orang lain menganggap diri mereka adalah sebagai seorang *biker*.

Hal tersebut tak lepas dari simbol-simbol yang digunakan dalam interaksi antar sesama anggota HOG Jakarta Chapter. Dimana simbol-simbol sarat makna dipertukarkan dalam interaksi tersebut.

Sebagai akibatnya terjadi proses saling memengaruhi antar sesama anggota HOG Jakarta Chapter. Dimana para anggota yang memiliki atau menggunakan simbol-simbol yang bermakna sangat kuat menjadi *significant other* bagi para anggota HOG Jakarta Chapter yang lain.

1. Interaksi anggota HOG Jakarta Chapter dengan para *significant other* tersebut membentuk perilaku sosial baru dimana kesadaran diri sebagai bagian dari sebuah kelompok bernama HOG Jakarta Chapter dimana para anggotanya adalah para pecinta Harley-Davidson semakin kuat. Sementara itu bagi para *significant other*, interaksi yang terjadi juga makin membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yaitu para anggota HOG Jakarta Chapter yang lain dalam hal ini mempertebal kebanggaan sebagai anggota HOG Jakarta Chapter dan sebagai *biker*.

DAFTAR PUSTAKA

- Blumer, Herbert. 1984. *Symbolic Interactionism Perspective and Method*. University of California Press: Berkley.
- Bruhn, John, The Group Effect. 2009. *Social Cohesion and Health Outcomes*. Springer US: New York.

- Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among five approaches-2nd*. Sage Thousand Oaks: California.
- Denzin, Norman. K, dan Lincons Yvonna S. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Gross, Daniel. 1996. *Forbes Greatest Business Stories of All Time*. J. Wiley & Sons: Michigan.
- Griffin, Em. 2006. *A First Look at Communication Theory*. McGraw Hill: Boston.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya*. Widya Padjajaran, Perpustakaan Pusat UII: Bandung.
- Hennink, M., Hutter, I., dan Bailey, A. 2011. *Qualitative Research Methods*. Sage Publications: London.
- Rahmat, Jalaludin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakaraya: Bandung.
- Ritzer, George dan Goodman, Douglas. J. 2001. Teori Sosiologi Modern, Prenada Media Group: Jakarta.
- Schutz, Alfred, dan Luckmann, Thomas, et al. 1974. *The Structures of the Life World* Sage Publication: New York.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administrasi: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.