

Komunikasi Non Verbal Subkultur Komunitas Penggemar Vespa Tua

Mochammad Indra Maolana, Anne Maryani
Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
indramaolana22@gmail.com, anmar2005@gmail.com

Abstract—Vespa is a vehicle originating from Italy, with a very unique and attractive body that is the target of fans who really like this vehicle, the favorite Vespa vehicle currently used by young or old alike. Vespa vehicles are quite a lot in Indonesia, especially in the city of Bandung, making Vespa fans on behalf of the group with a community. Vespa community in Bandung very much from communities that have long been built and some have recently formed their community. In this study the author examines the community in Bandung is the Vespa SOG (Scooter Owner Group) community, this community consists of members who come from among people who are equally fond of and fond of this Vespa vehicle. This community always organizes activities such as making events, touring, attending Vespa events in the city or outside the city. The author examines the non-verbal communication used by the SOG community when the community is touring. This non-verbal communication will always be used to facilitate their communication while on the road, and also to avoid misscom between members who take part in the touring. The purpose of this study is to find out how non-verbal communication is used in the Vespa SOG community, how non-verbal communication interprets communication during touring and why non-verbal communication becomes a special symbol used as a subculture by the Vespa SOG community. The method used in this study is a qualitative research method with a case study approach. This study examines a phenomenon that is studied in depth regarding non-verbal communication as a subculture by the Vespa SOG community. In this study the researchers used data collection techniques in the form of interviews, documentation, and literature study and also the informants in this study were members of the SOG community, Dadang R Gumilang as a chairman of the Indonesian SOG Community, and Nabil Al-Nahdi as a member of the Vespa SOG Community. Then, the researcher added additional informants to test the validity of the author's data using the source triangulation technique, Bachtiar Fahili as an old Vespa user. The results of the research that have been carried out are in the non-verbal communication used by the Vespa SOG community in the form of a general description of the use of non-verbal communication and the use of objects used by the Vespa SOG community. Non-verbal communication can be understood by the Vespa SOG community when touring consists of points of reason, preparation, forms that are interpreted by all obstacles and solutions, and non-verbal communication that facilitates communication during touring. Then non-verbal communication becomes a special symbol used as a subculture by the Vespa SOG community which consists of the history of the formation of non-verbal communication which is an important part of touring in this community, non-verbal communication has become the culture or culture of the Vespa SOG community with all its uses in every touring, and the

characteristics of the Vespa community and Vespa Users.

Keywords—*Non Verbal Communication, Subculture, Vespa SOG (Scooter Owner Group) Community*

Abstrak—Vespa adalah suatu kendaraan yang berasal dari negara Italia, dengan body yang sangat unik dan menarik ini menjadi incaran penggemarnya yang sangat suka dengan kendaraan ini, kendaraan vespa yang favorit saat ini digunakan oleh para kaum muda ataupun tua. Kendaraan vespa cukup banyak sekali di Indonesia khususnya di Kota Bandung, menjadikan para penggemar vespa mengatasnamakan kelompoknya dengan suatu komunitas. Komunitas vespa di Bandung sangat banyak sekali dari komunitas yang sudah lama dibangun dan ada juga yang baru-baru membentuk komunitasnya. Dalam penelitian ini penulis meneliti komunitas yang ada di Bandung adalah komunitas Vespa SOG (Scooter Owner Group), komunitas ini terdiri dari anggota yang berasal dari kalangan orang-orang yang sama-sama menyukai dan menggemari kendaraan Vespa ini. Komunitas ini selalu mengadakan kegiatan seperti membuat acara, touring, menghadiri acara vespa didalam kota maupun diluar kota. Penulis meneliti tentang komunikasi non verbal yang di gunakan oleh komunitas SOG ini pada saat komunitas ini mengadakan touring. Komunikasi non verbal ini akan selalu digunakan untuk mempermudah komunikasi mereka disaat sedang berjalan diperjalan, dan juga untuk menghindari misscom antara anggota yang mengikuti touring tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi non verbal yang digunakan pada komunitas vespa SOG ini, bagaimana komunikasi non verbal memaknai komunikasi pada saat touring dan mengapa komunikasi non verbal menjadi simbol khusus yang digunakan sebagai subkultur oleh komunitas vespa SOG . Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini meneliti suatu fenomena yang dikaji secara mendalam mengenai komunikasi non verbal sebagai subkultur oleh komunitas vespa SOG. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan dan informan dalam penelitian ini yaitu anggota dari komunitas SOG tersebut, yakni Dadang R Gumilang sebagai Ketua Umum SOG Indonesia, dan Nabil Al-Nahdi sebagai anggota Komunitas Vespa SOG. Kemudian, peneliti menambahkan informan tambahan untuk menguji keabsahan data penulis menggunakan teknik triangulasi sumber, yakni Bachtiar Fahili sebagai pengguna Vespa tua. Hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu dalam komunikasi non verbal yang digunakan oleh komunitas Vespa SOG berbentuk gambaran umum penggunaan komunikasi non verbal dan penggunaan objek yang digunakan oleh komunitas Vespa SOG. Komunikasi non verbal dapat dimengerti oleh komunitas

Vespa SOG pada saat *touring* terdiri dari poin alasan, persiapan, bentuk yang dimaknai dengan segala hambatan dan solusi, dan komunikasi non verbal yang mempermudah komunikasi pada saat *touring*. Kemudian komunikasi non verbal menjadi simbol khusus yang digunakan sebagai subkultur oleh komunitas Vespa SOG yang terdiri dari sejarah terbentuknya komunikasi non verbal yang menjadi bagian penting untuk *touring* dalam komunitas ini, komunikasi non verbal sudah menjadi budaya atau kultur dari komunitas Vespa SOG dengan segala penggunaannya dalam setiap *touring*, dan ciri khas dari komunitas Vespa dan Pengguna Vespa.

Kata Kunci— *Komunikasi Non Verbal, Subkultur, Komunitas Vespa SOG (Scooter Owner Group)*

I. PENDAHULUAN

Tidak banyak orang yang menyangka bahwa komunitas vespa yang ada di Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di dunia saat ini. Sebelum penggemar Vespa mendapatkan kemudahan untuk membeli Vespa model dan seri terbaru, komunitas penggemar skuter Italia ini lebih banyak fokus kepada Vespa klasik keluaran lama. Dapat dikatakan suplai Vespa ke tanah air terhenti di era 90an dengan sedikit sekali produk baru yang masuk di pasar kendaraan bermotor Indonesia. Kembalinya produk Vespa di pasar tanah air tentu saja memberi kesenangan bagi para penggemar kendaraan roda dua dengan desain unik dan komunitas penggemar skuter Vespa secara tidak langsung menjadi semakin berkembang.

Dalam salam antar pengguna vespa itu sendiri terjadi komunikasi non verbal. Mengapa dikatakan terjadi komunikasi non verbal karena pada komunitas-komunitas yang melakukan *touring* atau perjalanan jauh bersama komunitas vespa selalu terjadi komunikasi apabila sedang posisi berjalan, komunikasi yang terjadi adalah komunikasi seperti berhenti, pengendara akan memberikan simbol atau kode untuk berhernti dengan tangan. Kemudian, budaya seperti memberi klakson atau menganggukan kepala sering dilakukan oleh para pengguna vespa, tak hanya itu, budaya yang dilakukan bahkan bukan hanya untuk para komunitas saja namun sama-sama pengguna vespa. Dengan hal itu, kebiasaan dari komunitas vespa termasuk kedalam komunikasi non verbal.

Komunikasi yang terjadi di dalam kelompok diiringi oleh komunikasi non verbal yang dilakukan dalam kelompok komunitas vespa pada saat *touring*. Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang dilakukan tanpa kata-kata, komunikasi non verbal dilakukan dengan gerakan tubuh, simbol, bahasa tubuh, kontak mata.

Komunikasi non verbal sering sekali dilakukan pada saat *touring* karena tidak memungkinkan saat berjalan menggunakan komunikasi verbal, karena keterbatasan suara dan alat komunikasi seperti *walkie talkie*. *Touring* adalah satu bentuk kegiatan komunitas melakukan perjalanan dengan mengendarai sepeda motor ke tempat tujuan tertentu untuk menyalurkan kegemaran berkendara sepeda motor para anggotanya dan menikmati indahnya kebersamaan dan persatuan para anggota. *Touring*

dilakukan dalam jarak dekat ataupun jauh, kemudian komunitas vespa sering sekali melakukan *touring* ini, dengan tujuan untuk bersenang – senang atau menghadiri acara tertentu. Maka dari itu komunikasi non verbal ini sering terjadi oleh komunitas vespa karena sudah menjadi subkultur komunitas vespa.

Pada permasalahan yang telah diuraikan diatas, peneliti bermaksud menganalisis lebih jauh bagaimana komunikasi non verbal yang digunakan oleh komunitas vespa tua *Scooter Owner Group* dalam *touring*-nya yang sudah menjadi budaya dan kebiasaan yang selalu digunakan. Pentingnya permasalahan ini untuk diteliti karena komunitas vespa SOG memanfaatkan komunikasi non verbal untuk menjadi symbol atau kode dalam perjalanan *touring* agar perjalanan lancar, kondusif, dan berjalan dengan baik. Peneliti menggunakan pendekatan studi kasus, karena komunitas vespa SOG memiliki ciri khas dalam penggunaan Komunikasi Non Verbal. Dari ketertarikan peneliti dalam masalah ini, maka penelitian merumuskan judul penelitian “Komunikasi Non-Verbal Subkultur Komunitas Penggemar Vespa Tua”. Selanjutnya tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui komunikasi non verbal yang digunakan pada komunitas vespa SOG (*Scooter Owner Group*).
2. Untuk mengetahui komunikasi non verbal dapat dimengerti pada saat *touring* komunitas vespa SOG (*Scooter Owner Group*).
3. Untuk mengetahui komunikasi non verbal menjadi simbol khusus yang digunakan sebagai subkultur oleh komunitas vespa SOG (*Scooter Owner Group*).

II. LANDASAN TEORI

Kata lain dari komunikasi adalah (*community*) atau yang dapat menekankan kebersamaan atau kesamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap, tanpa komunikasi tidak ada nada komunitas, komunitas bergantung kepada pengalaman dan emosi bersama dan oleh karena itu komunitas juga berbagi bentuk-bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, budaya, agama, dan masing-masing sikap, perspektif, pandangan yang mengakar kuat dalam sejarah komunitas tersebut dan komunikasi juga di definisikan secara luas sebagai “berbagai pengalaman”. (Mulyana, 2014: 46)

Komunikasi non verbal bisa didefinisikan secara umum sebagai “pesan-pesan yang di ekspresikan secara sengaja atau tidak sengaja melalui gerakan, tindakan, perilaku atau suara-suara atau vokal yang berbeda dari penggunaan kata-kata dalam bahasa”. (Sendjaja, 2005: 54)

Komunikasi non verbal ditandai dengan ciri-ciri sebagai berikut:

1. Disampaikan dengan menggunakan isyarat (*gesture*), gerak-gerik (*movement*), postur/tipologi, parabahasa, kinesis/sentuhan, penampilan fisik,

- ruang, jarak, waktu, consumer product dan artefak.
2. Proses komunikasi implisit dan dapat terjadi dua arah maupun satu arah.
 3. Kualitas proses komunikasi tergantung pada pemahaman terhadap persepsi orang lain.

Kelompok adalah beberapa orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah kelompok terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota kelompok tersebut karena adanya kesamaan interest atau values. (Hermawan, 2008: 34).

Komunitas menurut Soenarno mengatakan bahwa komunitas berasal dari bahasa latin *communis* yang diambil dari kata dasar *comunis*, artinya adalah masyarakat publik atau orang banyak. Dalam ilmu sosial, komunitas adalah kelompok orang yang saling berinteraksi dalam tempat tertentu. Komunitas adalah suatu perkumpulan orang yang terdiri dari beberapa manusia, yang dibuat oleh manusia dan memiliki nilai-nilai atau aturan yang akan kembali kepada anggota-anggota komunitas tersebut. (Soenarno, 2002)

Thornton (dalam Barker, 2004: 427) mengatakan subkultur dipandang sebagai ruang budaya yang menyimpang untuk menegosiasi ruang bagi dirinya sendiri. Teori subkultur sangat mengedepankan perlawanan terhadap budaya yang dominan

Adapun landasan teori yang digunakan untuk mengkaji keberadaan Komunitas Scooter Owner Group di Kota Bandung yakni teori Subkultur Dick Hebdige (1999). Perbincangan tentang subkultur dalam komunitas vespa tidak lepas dari ideologi yang mereka gagaskan. Ideologi mereka terlihat melalui simbol-simbol lewat gaya berbusana maupun dari perilakunya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus karena peneliti merasa penelitian ini memiliki keunikan dan ciri khas dari kebiasaannya sehingga penting untuk diteliti. Penelitian ini termasuk kedalam fenomena yang telah menjadi budaya atau kultur dari pengguna Vespa itu sendiri. Berkenaan dengan subkultur yang mencirikan sebuah budaya yang sangat khas dalam artian sub itu sendiri, dalam hal ini pengendara Vespa atau Komunitas Vespa sangatlah berbeda dengan komunitas motor yang lainnya dan tidak bisa dijumpai di komunitas motor manapun. Apalagi dalam saat touring nya komunitas vespa ini akan ada hal unik yang terjadi dalam komunikasi non verbalnya.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Komunikasi non verbal yang digunakan pada komunitas Vespa SOG.

Komunikasi non verbal yang digunakan oleh kelompok disini adalah sebuah komunikasi yang digunakan oleh komunitas vespa SOG. Komunikasi non verbal yang digunakan oleh komunitas ini yaitu pada saat *touring*. Komunitas ini menggunakan komunikasi non verbal bertujuan untuk memudahkan dalam pemberian kode/*symbol* kepada anggotanya agar dapat memahami apa

yang dikemukakan oleh seorang pemimpin dalam *touring* tersebut. Poin-poin dari komunikasi non verbal adalah berbentuk gerakan tubuh sebagai bentuk komunikasi non verbal. dalam pengertian kode/*symbol* yang dilakukan oleh komunikator terhadap komunikan. Terdapat gambaran umum pada poin ini, yang dimaksudkan bentuk kode/*symbol* yang dilakukan oleh komunitas Vespa SOG. Dari hasil wawancara peneliti mendapatkan kode-kode yang digunakan oleh komunitas ini dalam pemberian informasi kepada penerima informasi dalam bentuk bahasa tubuh. Kemudian penggunaan objek yang menjadikan komunikasi objek yang paling umum adalah penggunaan pakaian. Seseorang sering dinilai dari jenis pakaian yang digunakannya, walaupun ini dianggap termasuk salah satu bentuk *stereotype* dan tidak sengaja ini memiliki makna tertentu. *Scooter Owner Group* memiliki pakaian yang menjadi ciri khas dari komunitas ini, dan menjadi ikon untuk komunitas ini.

B. Komunikasi Non Verbal dapat di mengerti.

Dalam sebuah proses komunikasi, penyampaian pesan yang dimengerti dan tidaknya pada proses komunikasi juga menjadi salah satu indikator keberhasilan proses komunikasi. Dengan alasan penggunaan komunikasi non verbal ini adalah suatu keperluan atau kebutuhan yang dibutuhkan oleh komunitas ini untuk berkomunikasi pada saat dilapangan, karena pada saat dilapangan komunikasi verbal tidak memungkinkan untuk digunakan, mengingat dari komunitas ini tidak menggunakan alat teknologi untuk komunikasi pada saat dilapangan. Kemudian adanya persiapan yang dilakukan oleh komunitas ini seperti *briefing* kepada seluruh anggota dengan tujuan *remaining*, alasan dari *remaining* ini sekedar mengingatkan kembali kepada seluruh anggota supaya mengurangi resiko lupa akan apa yang harus dipersiapkan kepada seluruh anggota.

Pada komunikasi non verbal dapat dimengerti ini terdapat bentuk komunikasi yang dimaknai oleh komunitas Vespa SOG, Dengan hasil wawancara, peneliti mengungkapkan bahwa komunikasi non verbal ini sudah melekat sekali dalam komunitas ini, dengan ciri khas penyampaian yang orang lain mungkin tidak mampu untuk memahami arti dari gerakan yang diberikan oleh sesama anggota komunitas Vespa SOG. Gerakan yang membentuk penyampaian komunikasi antar sesama anggota ini hampir menggunakan seluruh anggota tubuh untuk menyampaikannya. Jadi, dalam bentuk komunikasi non verbal ini arti semua yang diberikan oleh pemimpin untuk anggota dan sesama anggota penuh dengan arti yang dapat dimengerti oleh anggota komunitas ini, dari gerakan kepala, kaki, tangan, pandangan mata, bahkan lidah pun menjadi bentuk komunikasi non verbal yang mempunyai makna bagi komunitas ini. Adapun hambatan dan solusi dalam penyampaian komunikasi non verbal, hambatan atau gangguan merupakan suatu hal yang umumnya terjadi bahkan pasti terjadi dalam sebuah kegiatan komunikasi. Banyak faktor yang menyebabkan terjadinya suatu hambatan. Berdasarkan temuan dan analisis penelitian,

komunitas Vespa SOG pun menghadapi hambatan. Meskipun sudah melakukan komunikasi non verbal dengan baik dan seaktif mungkin guna menyampaikan pesan informasi kepada anggota namun hambatan tersebut tidak dapat dihindari. Hambatan yang dialami, faktor dari usia menjadi hambatan bagi Vespa SOG, dan faktor cuaca. Kemudian dapat dikatakan sebagai hambatan non teknis yang dialami oleh komunitas Vespa SOG. Hal ini disebabkan manusia sebagai komunikan memiliki kecenderungan bersikap tidak fokus dalam penerimaan informasi, terjadi kebingungan apa yang diterimanya dari komunikator. Komunitas Vespa SOG memberikan solusi kembali kepada manusia yang membuat hambatannya itu sendiri, bahkan di komunitas Vespa SOG ini dituntut akan *solidarity* dan rasa kekeluargaan yang tinggi. Dan hasil akhir dari bentuk komunikasi non verbal ini adalah mempermudah makna komunikasi saat perjalanan *touring*, komunikasi non verbal mempunyai peran penting dalam komunitas Vespa SOG dari sejak dulu. Apabila komunikasi non verbal tidak hadir disaat *touring* yang dilakukan oleh komunitas ini, akan terjadi kekacauan dan *misscomm* diantara sesama pengendara dari komunitas ini.

C. Komunikasi Non verbal menjadi symbol khusus yang digunakan sebagai subkultur Vespa SOG

Dalam sejarahnya komunikasi non verbal ini bermula dari para pendiri komunitas Vespa Scooter Owner Group. Narasumber mengatakan itu hanya dalam konteks lingkungan SOG saja, karena key informan merasa mereka mengetahui kode/symbol ini hanya dari para sendiri SOG. Dengan itu komunikasi non verbal telah menjadi budaya dan kultur dari SOG, dan menjadi kebiasaan yang dilakukan oleh komunitas ini. Hasil akhir dari komunikasi non verbal menjadi simbol khusus adalah ciri khas pengguna Vespa dan Komunitas Vespa, terdapat kebiasaan unik yang dilakukan oleh komunitas Vespa dan pengguna Vespa dalam komunikasi non verbalnya yang tidak bisa dijumpai di komunitas lain atau pengguna kendaraan bermotor lainnya. Peneliti menyatakan bahwa ciri khas yang terjadi antara pengguna Vespa selalu melakukan sapaan terhadap pengguna Vespa lainnya, sapaan atau salam itu berbentuk komunikasi non verbal seperti pemberian klakson dan lambaian tangan yang ditambahkan dengan bahasa tubuh bagian wajah yang tersenyum. Ciri khas ini dibenarkan oleh key informan dari komunitas vespa SOG, bahwa ciri khas seperti itu benar terjadi adanya, dan selalu terjadi antara pengguna Vespa tanpa harus saling mengenal. Subkultur inilah yang menjadikan komunitas Vespa dan pengguna Vespa mempunyai ciri khas yang berbeda dengan komunitas atau pengguna sepeda motor lain.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai “Komunikasi Non Verbal Subkultur Komunitas Penggemar Vespa Tua” dengan menggunakan pendekatan studi kasus, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Komunikasi non verbal yang digunakan pada komunitas Vespa SOG dengan beberapa poin-poin yang digunakan untuk memperjelas penulis dalam penelitian ini, diantaranya yaitu gerakab tubuh sebagai bentuk komunikasi non verbal dan penggunaan objek yang digunakan oleh komunitas Vespa *Scooter Owner Group*. Penggunaan komunikasi non verbal dalam gerakan tubuh ini berupa kode/symbol dengan bahasa tubuh yang digunakan meliputi tangan, wajah, dan kaki. Kemudian komunitas ini mempunyai ciri khas dalam penggunaan kode, karena bisa saja kode keluar disaat sudah diperjalanan sesuai kebutuhan, dengan maksud kode itu tidak dibicarakan di *briefing*.

Alasan komunikasi non verbal digunakan oleh komunitas Vespa SOG adalah untuk mempermudah komunikasi antara komunikator dengan komunikan, dan juga mampu untuk menghindari terjadinya *miss communication* diantara pemberi informasi dan penerima informasi. Alasan lain penggunaan komunikasi non verbal oleh komunitas Vespa SOG adalah berdasarkan budaya yang sudah dianut sejak lama. Kemudian dalam persiapan yang dipersiapkan oleh komunitas Vespa SOG ini dilakukan dari jauh-jauh hari oleh komunitas ini, mulai dari materi, waktu, dalam konteks *briefing* yang dilakukan semuanya untuk perjalanan *touring* agar siap dengan segala resiko dan matang dan persiapan fisik dari motor juga di dilakukan untuk meminimalisir hambatan nantinya. Bentuk komunikasi non verbal yang dimaknai oleh komunitas Vespa SOG sama seperti gambaran umum, bahasa tubuh yang digunakan dalam komunikasinya untuk pemberian informasi kepada anggota yang melaksanakan *touring*. Akan tetapi pada pertanyaan ini lebih mendalam dalam bentuk komunikasi non verbal yang digunakan, yaitu kode-kode yang sebelumnya tidak ada di *briefing* bisa saja keluar untuk menunjang kebutuhan komunikasi dilapangan. Dalam hambatan sebetulnya tidak sering terjadi dalam komunitas ini, karena anggota harus patuh kepada *leader* yang biasa disebut Danvoi oleh komunitas Vespa SOG. Akan tetapi hambatan itu tidaklah selalu tidak terjadi, komunitas ini pernah merasakan hambatan yang terjadi adalah kebanyakan hambatan non teknis, yaitu penerima informasinya, yang cenderung kurangnya fokus dalam penerimaan informasinya yang bisa-bisa merugikan diri sendiri, kemudian faktor usia dan waktu, karena kebanyakan anggota SOG sudah berumur tua yang tidak bisa lebih fokus lagi, kemudian keterbatasan penglihatan pada waktu malam hari, mata sudah tidak bisa melihat jelas apabila pemberian kode/symbol yang diberikan oleh pemberi informasi. Kode/symbol pun selalu menjadi hambatan dikarenakan lupa akan makna dari kode tersebut. Solusi untuk meminimalisir hambatan tersebut, biasanya akan ada *remaining* kembali disaat *checkpoint* atau istirahat ditengah perjalanan, Danvoi akan memberi tau kembali akan kode yang dirasa lupa oleh anggota. Kemudian, solusi hambatan juga dikatakan kembali lagi kepada anggota yang menjungjung tinggi persaudaraan dan kekeluargaan di komunitas ini.

Awal mula komunikasi non verbal terbentuk dalam komunitas ini adalah dari para pendiri komunitas Vespa SOG sendiri dalam konteks lingkungan SOG, tujuan adanya komunikasi non verbal ini untuk memperbaharui kebiasaan buruk dijalanan yang menurut mereka menjadi semrawut dijalanan dan merugikan pengendara lain, akhirnya membentuk peraturan tata tertib dalam penggunaan komunikasi non verbal ini untuk koordinasi lebih baik. Komunikasi non verbal sebagai subkultur oleh Komunitas Vespa SOG itu sudah menjadi kebiasaan dan budaya yang selalu digunakan oleh komunitas vespa SOG ini, sejak dari dulu komunikasi non verbal tidak pernah dilupakan oleh komunitas ini. Yang menjadikan komunikasi non verbal ini menjadi budaya adalah faktor kebutuhan oleh komunitas ini, yang dimana tidak pernah merasakan teknologi dan enggan merasakan teknologi komunikasi yang lebih canggih, itu yang menjadikan komunikasi non verbal ini turun temurun hingga sekarang dan menjadi budaya pada komunitas ini. Yang menarik dalam ciri khas para pengguna Vespa dan Komunitas Vespa adalah mempunyai karakteristik yang sudah menjadi subkultur bagi masing-masing penggunaannya, ucapan salam dan sapa dalam bentuk komunikasi non verbal sudah melekat dan sudah menjadi suatu keharusan yang dilakukan terhadap sesama komunitas Vespa dan pengguna Vespa.

V. SARAN

A. *Saran Teoritis*

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menggali informasi terhadap komunikasi non verbal yang mendalam, untuk mengetahui lebih banyak lagi komunikasi non verbal yang digunakan.

B. *Saran Praktis*

1. Komunitas Vespa SOG (Scooter Owner Group) disarankan untuk lebih memperhatikan kondisi anggota pada saat touring agar supaya hal-hal yang tidak diinginkan tidak terjadi, dan menetapkan kode/symbol yang sudah pasti untuk mengurangi kekeliruan antara sesama anggota.
2. Mempertahankan budaya dan kebiasaan yang selalu digunakan yang dapat menjadi ciri khas dari sebuah komunitas itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Barker, C. (2004). Cultural Studies. Teori & Praktik, Penerjemah: Nurhadi. Kreasi Wacana.
- [2] Hermawan, K. (2008). Pengertian Komunitas. Komunitas, 40. <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/24524>
- [3] Mulyana, D. (2014). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. PT. Remaja Rosdakarya
- [4] Sendjaja, S. D. (2005). Teori Komunikasi. Universitas Terbuka.
- [5] Soenarno. (2002). Kekuatan Komunitas Sebagai Pilar Pembangunan Nasional. In Kekuatan Komunitas Sebagai Pilar Pembangunan Nasional