

**STRATEGI KOMUNIKASI KLUB MOTOR DALAM  
MENGKAMPANYEKAN *SAFETY RIDING*  
(Studi Kasus Pada Komunitas Kutu Vespa Region Bandung dalam  
Penerimaan Anggota Baru)**

**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana  
Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat Program Studi Ilmu  
Komunikasi*



oleh:

Aditya Ramadiansyah  
1405916

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG**

**2021**

# **Strategi Komunikasi Klub Motor dalam Mengkampanyekan *Safety Riding***

(Studi Kasus Pada Komunitas Kutu Vespa Region Bandung dalam Penerimaan Anggota Baru)

Oleh:

Aditya Ramadiansyah

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Aditya Ramadiansyah 2021

Universitas Pendidikan Indonesia

Desember 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ADITYA RAMADIANSYAH**

NIM. 1405916

**Strategi Komunikasi Klub Motor dalam Mengkampanyekan  
*Safety riding***

(Studi Kasus Pada Komunitas Kutu Vespa Region Bandung dalam Penerimaan Anggota  
Baru )

Disetujui dan disahkan oleh:

**Pembimbing I,**



**Prof. Dr. H. Suwatno, M.Si.**

**NIP. 19620127 198803 1 001**

**Pembimbing II,**



**Tito Edy Priandono, M.Si.**

**NIP. 19820525 201212 1 001**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.**

**NIP. 19850717 201404 1 001**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “**Strategi Komunikasi Klub Motor dalam Mengkampanyekan *Safet Riding***” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Desember 2021

Yang Membuat Pernyataan

**Aditya Ramadiansyah**

**NIM. 1405916**

## UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah segala puji bagi Allah STW. yang telah memberikan nikmat dan karunianya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Penulis sangat menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat terlaksana/ terselesaikan dengan baik jika tidak mendapat dukungan, bantuan, serta nasihat dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Terimakasih kepada Allah Subhanallahuwata'ala. Allah yang memberi kesehatan dan membukakan pikiran penulis sampai akhirnya berhasil menyelesaikan skripsi ini.
2. Terimakasih kepada kedua orang tua penulis, kepada Ibunda tercinta Yuyu Hendawati dan Ayahanda Imron Tarman karena kasih sayang dan doanya yang terus mengalir sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Prof. Dr. H. Suwatno, M.Si., dan Tito Edy Priandono, M.Si., sebagai dosen pembimbing penulis yang telah memberikan arahan, bantuan serta dukungan selama proses penulisan skripsi dari awal sampai akhir.
4. Seluruh dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan membagi ilmu kepada penulis selama empat tahun di Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Seluruh teman-teman terbaik di Ilmu Komunikasi 2014.
6. Dinho FM sebagai teman dan sahabat yang mengarungi kehidupan bersama selama perkuliahan hingga sekarang.
7. Kepada Putri Hikmatin Nafisah yang selalu memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. M. Endriski selaku teman dan rekan pembimbing dimana penulis selama ini berdiskusi dan tempat bertanya penulis.

# STRATEGI KOMUNIKASI KLUB MOTOR DALAM MENGKAMPANYEKAN *SAFETY RIDING*

(Studi Kasus Pada Komunitas Kutu Vespa Region Bandung dalam  
Penerimaan Anggota Baru)

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi klub motor dalam mengkampanyekan *safety riding*, studi kasus pada komunitas Kutu Vespa Region Bandung dalam penerimaan anggota baru. Peneliti memfokuskan pada sejumlah aspek; *formative research*, *strategy*, *tactics* dan *evaluative research*. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Wawancara mendalam dilakukan terhadap tujuh anggota komunitas Kutu Vespa Region Bandung. Berdasarkan hasil yang telah ditemukan, menunjukkan empat tahapan dalam merencanakan strategi komunikasi. Yang pertama, menganalisis situasi, menganalisis organisasi, menganalisis publik. Yang kedua menentukan sasaran dan objektif, memformulasikan aksi dan respon, menggunakan komunikasi yang efektif. Yang ketiga, memilih taktik komunikasi dan mengimplementasi strategi. Dan yang terakhir yaitu keempat, mengevaluasi strategi. Kutu Vespa Region Bandung merasa bahwa situasi saat ini, kesadaran masyarakat akan *safety riding* masih minim, makadari itu keresahan akan minimnya *safety riding* menimbulkan rasa tanggung jawab. Kutu Vespa Region Bandung juga kerap menerima stigma buruk dari *stereotype* klub motor yang negatif. Kutu Vespa meyakini dengan melakukan kegiatan positif seperti kampanye *safety riding* dengan melakukan strategi menetapkan bahwa program yang mereka jalankan tiap tahunnya yaitu penerimaan anggota baru, yang disertakan dengan kampanye *safety riding* dengan taktik yang tepat, menggunakan dana, sumber daya manusia media penyampaian yang tepat dan dimaksimalkan dengan evaluasi dari lingkungan internal dan eksternal seperti media dan jejak pendapat masyarakat dapat menjadi contoh yang baik untuk menghilangkan *image* negatif klub vespa secara keseluruhan. Jika kampanye *safety riding* tercapai berdasarkan dari tolak ukur berubahnya persepsi masyarakat dan berubahnya perilaku masyarakat dalam berkendara menjadi disiplin, maka bisa dikatakan strategi yang dilakukan Kutu Vespa Region Bandung berhasil dilakukan.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Klub Motor, Vespa, Kampanye, *Safety Riding*

## ***MOTORCYCLE CLUB COMMUNICATION STRATEGY IN SAFETY RIDING CAMPAIGN***

***(A Case Study on the Kutu Vespa Community in Bandung Region in Accepting New Members)***

### ***ABSTRACT***

*This study examines the motorcycle club communication strategy in safety riding campaign, a case study on the Kutu Vespa Community in the Bandung Region in accepting new members. Researcher focus on a number of aspects; formative research strategy, tactics, and evaluative research. The method used is qualitative with a case study approach. Data was collected from seven community members via interviews. Based on the results that have been found, showed four stages in planning a communication strategy. Initially, the community analyze the situation, the organization, and the public to decide what is the best program to do. After that, determine goals and objectives of the program. Furthermore, choose communication tactics and implement strategies. Then lastly is to evaluate the strategy and the whole program. Kutu Vespa feels that the current situation, public awareness of safe riding is still lacking, therefore they feel there is a responsibility for them to share this knowledge. Kutu Vespa also often receives a bad stigma from negative motorcycle club stereotypes. They believe that carrying out positive activities such as a safety riding campaign can be a good example to eliminate the negative image of the Vespa club as a whole. Kutu Vespa builds a strategy with the program they run every year, which is the new members' enrollment and activities, which is accompanied by a safety riding campaign with the right tactics, the right delivery media, and maximized by evaluation from the internal and external environment such as the media and public opinion polls. If the safety riding campaign is achieved based on the benchmark of changing public perceptions and changing people's behavior in driving so that it becomes more safe disciplined, then it can be said that the strategy carried out by the Kutu Vespa Community in Bandung region has been successful.*

***Keyword: Communication Strategy, Motorcycle Club, Vespa, Campaign, Safety Riding***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, serta para pengikut dan para sahabatnya, keluarga, serta umatnya hingga akhir zaman.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian syarat kelulusan dalam jenjang strata 1 serta memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Indonesia. Adapun judul skripsi yang telah penulis susun dan ajukan adalah “Strategi Komunikasi Klub Motor dalam Mengkampanyekan *Safety Riding* (Studi Kasus Pada Komunitas Kutu Vespa Region Bandung dalam Penerimaan Anggota Baru)”.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis berusaha dengan maksimal dalam menyelesaikannya dan tentunya hal tersebut tidak lepas dari bimbingan, dukungan serta doa dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, untuk itu penulis dengan senang hati membuka kritik serta saran dari berbagai pihak.

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat diberbagai bidang sosial masyarakat dan keilmuan. Peneliti juga berharap semoga penelitian ini dapat menjadi sumbangsih bagi perkembangan ilmu dan praktik di Ilmu Komunikasi.

Bandung, Desember 2021

Penulis

Aditya Ramadiansya



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoretis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
1.5 Struktur Organisasi Penulisan Skripsi.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS.....</b>	<b>8</b>
2.1 Strategi Komunikasi .....	8
2.2 Kampanye Sosial .....	11
2.2.1 Komunikasi dalam Kampanye.....	12
2.3 Strategic Planning.....	14
2.4 Safety Riding .....	17
2.5 Komunitas .....	20
2.5.1 Pengertian Komunitas.....	20
2.5.2 Organisasi .....	20
2.5.3 Ikatan Motor Indonesia.....	22
2.5.4 Komunitas Vespa.....	23
2.6 Penelitian Terdahulu.....	24
2.7 Kerangka Berpikir .....	37

viii

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1    Desain Penelitian .....	38
3.1.1    Metode Penelitian .....	38
3.1.2    Pendekatan Penelitian .....	40
3.2    Partisipan dan Tempat Penelitian .....	41
3.2.1    Partisipan .....	41
3.2.2    Tempat Penelitian .....	44
3.3    Instrumen Penelitian .....	44
3.4    Verifikasi Data .....	44
3.5    Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.5.1    Wawancara Mendalam .....	45
3.5.2    Dokumentasi .....	47
3.6    Penyusunan Alat Pengumpulan Data .....	47
3.7    Kriteria dan Keabsahan Data .....	55
3.7.1    Triangulasi .....	55
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1    Gambaran Umum Komunitas Kutu Vespa Region Bandung .....	57
4.1.1    Profil .....	57
4.1.2    Struktur Komunitas .....	59
4.2    Profil Informan .....	60
4.2.1    Profil Informan Penelitian Utama .....	60
4.3    Deskripsi Hasil Penelitian .....	61
4.3.1 <i>Formative Research</i> .....	62
4.3.2 <i>Strategy</i> .....	75
4.3.3 <i>Tactics</i> .....	91
4.4.4 <i>Evaluative Research</i> .....	96
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>101</b>
5.1    Simpulan .....	101
5.1.1 <i>Formative Research</i> .....	101
5.1.2 <i>Strategy</i> .....	103
5.1.3 <i>Tactics</i> .....	103
5.1.4 <i>Evaluative Reseach</i> .....	104
5.2    Implikasi .....	105

5.2.1	Implikasi Akademis .....	105
5.2.2	Implikasi Praktis .....	105
5.3	Rekomendasi Penelitian .....	105
5.3.1	Rekomendasi untuk Kutu Vespa Region Bandung.....	105
5.3.2	Rekomendasi untuk Calon Anggota Baru .....	106
5.3.3	Rekomendasi untuk Akademisi .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>107</b>

## DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1 Matriks Ringkas Penelitian Terdahulu .....</i>	24
<i>Tabel 3. 1 Data Informan .....</i>	43
<i>Tabel 3. 2 Matriks Pencarian Data dan Fakta .....</i>	46
<i>Tabel 3. 3 Matriks Alat Pengumpulan Data .....</i>	48
<i>Tabel 4. 1 Temuan Analisis Situasi .....</i>	67
<i>Tabel 4. 2 Temuan Analisa Organisasi .....</i>	71
<i>Tabel 4. 3 Temuan Analisa Publik .....</i>	74
<i>Tabel 4. 4 Temuan Menentukan Sasaran dan Objektif .....</i>	79
<i>Tabel 4. 5 Temuan Memformulasikan Aksi dan Respon .....</i>	84
<i>Tabel 4. 6 Temuan Menggunakan Komunikasi yang Efektif .....</i>	90
<i>Tabel 4. 7 Temuan Memilih Taktik Komunikasi .....</i>	93
<i>Tabel 4. 8 Temuan Mengimplementasi Strategi .....</i>	95
<i>Tabel 4. 9 Temuan Mengevaluasi Strategi .....</i>	99

## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2. 1 The Nine Steps of Strategic Public Relations</i> .....	14
<i>Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir</i> .....	37