

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Modernisasi dan perkembangan di bidang teknologi membawa pengaruh bagi kehidupan manusia dalam berbagai kehidupan. Salah satunya adalah dibidang transportasi dan otomotif. Dunia otomotif di Indonesia semakin bertambah maju dan berkembang sangat pesat, khususnya pada motor honda jenis scoopy yang mempunyai ciri khas classic sehingga menjadi ketertarikat masyarakat untuk memilikinya. Dengan banyaknya penggemar scoopy dikalangan remaja sehingga terbentuknya komunitas scoopy di Surabaya.

Berbicara mengenai komunitas motor scoopy surabaya, selain tempat berlangsung berkumpulnya para pecinta motor scoopy bagi warga Surabaya, komunitas juga merupakan tempat bagi para pecinta scoopy untuk tukur pikiran atau sharing tentang otomotif scoopy, selain itu juga mengajarkan untuk menjalin persaudaraan didalam komunitas maupun diluar kususnya komunitas scoopy yang ada di Indonesia. Mengikuti atauran yang ada didalam komunitas merupakan salah satu tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh setiap anggota.

Menurut Wikipedia ; Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, resiko, kegemaran dan sejumlah kondisi lainnya yang serupa. Komunitas berasal dari Bahasa Latin *communitas* yang berarti “kesamaan”. Kemudian dapat diturunkan dari communis yang berarti “sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak” .

Salah satu faktor penentu dalam mencapai sesuatu komunitas yang efektif adalah proses komunikasi. Komunikasi juga merupakan sesuatu unsur yang paling penting di dalam suatu komunitas agar tidak terjadi kesalah pahaman antar anggota. Maka semakin besar suatu komunitas akan mengakibatkan semakin kompleks pula proses komunikasinya. Berbanding terbalik jika dalam kelompok kecil proses komunikasinya berlangsung relative sederhana dan bersifat langsung mengarah kepada anggota. Dengan kata lain komunikasi mengarahkan kita untuk mencoba berbagai informasi atau gagasan.

Proses komunikasi yang dilakukan dapat berjalan efektif dengan cara membangun komunikasi organisasi antar anggota komunitas scoopy Surabaya. Tidak hanya pengetahuan dasar tentang komunikasi, pengetahuan dasar tentang organisasi sebagai suatu lingkungan tertentu yang berstruktur, berkarakteristik, serta

memiliki fungsi tertentu adalah suatu hal yang mendukung kelancaran komunikasi organisasi itu sendiri.

Di dalam sebuah komunitas dengan jumlah anggota yang cukup besar sering terjadi kesalah pahaman antar anggota. Sehingga menjadi masalah yang sering timbul dalam komunitas motor maka dari itu pentingnya menjalin komunikasi agar dapat menumbuhkan pemahaman yang sama antara anggota satu dengan anggota lainnya, sehingga tidak terjadinya kesalahan dalam proses komunikasi berlangsung. Oleh karena itu komunikasi interpersonal merupakan salah satu aspek yang penting di dalam hubungan antar individu diruang lingkup sebuah komunitas motor baik antar anggota maupun dengan pengurus-pengurus lainnya. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antar orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap persetanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non-verbal (Mulyana, 2014).

Kelangsungan hidup suatu komunitas bergantung pada kemampuan setiap individu dalam beradaptasi dan berinteraksi dengan rekannya. Guna mendukung proses koordinasi yang baik antara ketua umum dengan anggota scoopy surabaya maka diperlukan komunikasi yang tidak terbatas pada komunikasi personal saja tetapi juga dalam tataran pada komunikasi antarpribadi di dalam komunitas karena pada dasarnya setiap anggota akan berbeda dalam menerima dan menghimpun informasi yang mereka terima. Sebuah interaksi sangatlah dibutuhkan guna menyatukan dan mensikronkan informasi demi kepentingan bersama dan tercipta hasil yang selaras. Untuk itu komunikasi interpersonal yang terjadi didalam komunitas khususnya antara ketua umum dengan anggota yang harus dilakukan dengan efektif agar segala kegiatan pengorganisasian, pengarahan, dapat terlaksana dengan baik.

Hubungan interpersonal adalah dimana ketika kita berkomunikasi, kita bukan sekedar menyampaikan isi pesan, tetapi juga menentukan kadar hubungan interpersonalnya. Jadi, ketika kita berkomunikasi kita tidak hanya menentukan *content* melainkan juga menentukan *relationship*.

Keberhasilan komunikasi interpersonal antar anggota maupun ketua umum dengan anggota dapat dilihat apabila adanya kenyamanan dalam berkomunikasi, kejujuran, keterbukaan dan komunikasi yang lancar. Dengan adanya komunikasi interpersonal yang baik antar anggota maka hubungan di dalam suatu komunitas tersebut akan tercipta dengan baik.

Oleh karena itu berdasarkan latar belakang dan masalah tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian guna mengetahui peran ketua umum dalam membangun komunikasi organisasi di komunitas Honda Owner Scoopy Surabaya.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengajukan perumusan masalah dalam bentuk pertanyaan, yaitu :

“Bagaimana Peran Ketua Umum dalam Membangun Komunikasi Organisasi di Komunitas Honda Owner Scoopy Surabaya?”

## **1.3. Fokus penelitaian**

Mengingat begitu luasnya ruang lingkup pada penelitian ini, maka peneliti membatasi permasalahan tersebut pada :

1. Peneliti hanya melakukan penelitian pada komunitas Honda Owner Scoopy Surabaya.
2. Penelitian ini dibatasi hanya pada pengurus dan anggota komunitas Honda Owner Scoopy Surabaya.
3. Peneliti hanya menganalisa penelitian ini berdasarkan teori yang ada pada komunikasi organisasi dan komunikasi interpersonal.

## **1.4. Tujuan penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian dan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran komunikasi interpersonal yang dilakukan ketua umum dalam membangun komunikasi organisasi di komunitas Honda Owner Scoopy Surabaya.

## **1.5. Manfaat penelitian**

1. Manfaat Teoritis :

Penelitian ini erat hubungannya dengan mata kuliah komunikasi interpersonal dan komunikasi organisasi. Sehingga dengan penelitian ini diharapkan dapat diketahui dan didapatkan pembelajaran sampai sejauh mana peran komunikasi interpersonal dan komunikasi organisasi di komunitas Honda Owner Scoopy Surabaya.

2. Manfaat Praktis :

Hasil penelitian diharapkan bermanfaat dan memberikan sumbangan pemikiran bagi pemecahan masalah yang berhubungan dengan topik peneliti dan diharapkan bermanfaat bagi pembaca dalam memahami secara praktek teori komunikasi interpersonal, komunikasi organisasi dan praktek lapangan dalam berorganisasi.

## **1.6. Sistematik penelitian**

Pembahasan dalam penelitian ini akan diuraikan tentang sistematika penelitian yang disesuaikan dengan buku pedoman penulis yang ada selama ini terjadi, kemudian diharapkan dapat memberikan singkat tentang penelitian dari 5 bab.

### **Bab I : Pendahuluan**

Pada bab ini berisi suatu uraian singkat yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitaian, Manfaat Penelitian.

### **Bab II : Kajian Pustaka**

Pada bab ini berisi hasil Penelitian Terdahulu, Landasan Teori yang relevan tentang komunikasi organisasi serta Komunikasi interpersonal dan Kerangka Dasar Pemikiran.

### **Bab III : Metode Penelitian**

Pada bab ini berisi tentang Tipe Penelitian, Peran Penelitian, Lokasi Penelitian, Sumber Data dan Tehnis Pengumpulan Data, Tehnis Analisis Data dan Keabsahan Data.

### **Bab IV : Deskripsi Obyek, Penyajian Data dan Pembahasan**

Pada bab ini berisi suatu Deskripsi Obyek, Penyajian Data dan Pembahasan.

### **Bab V : Penutup**

Pada bab ini berisi tentang Kesimpulan dan Rekomendasi.