

Analisis Komunikasi Kelompok Pada Komunitas Vespa Bengkulu Bersatu Dalam Membentuk Identitas Sosial

Trio Ardianto ¹⁾; Sapta Sari ²⁾; Dilmal Putra ³⁾

¹²³⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹⁾ trioardianto@email.com

ARTICLE HISTORY

Received [21 November 2025]
Revised [28 Januari 2026]
Accepted [30 Januari 2026]

KEYWORDS

Group Communication, Social Identity, Vespa Community, Bengkulu.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana komunikasi kelompok dalam komunitas Vespa Bengkulu Bersatu berperan dalam membentuk identitas sosial anggotanya. Kajian ini berlandaskan pada Teori Identitas Sosial Henri Tajfel yang mencakup tiga dimensi utama: kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi kelompok berfungsi memperkuat solidaritas, menciptakan citra kolektif, dan membedakan komunitas dari kelompok lain. Simbol Vespa, kegiatan touring, penggunaan jargon, serta interaksi rutin baik secara langsung maupun melalui media sosial membentuk identitas sosial yang kuat dan menumbuhkan rasa memiliki di antara anggota.

ABSTRACT

This study analyzes how group communication within the Vespa Bengkulu Bersatu community contributes to shaping the members' social identity. This research is grounded in Henri Tajfel's Social Identity Theory, which consists of three main dimensions: social categorization, social identification, and social comparison. Using a qualitative approach, the study collected data through in-depth interviews, participatory observation, and documentation. The findings reveal that group communication strengthens solidarity, forms a collective image, and differentiates the group from others. Symbols, touring activities, shared values, jargon, and both offline and digital interactions play significant roles in shaping strong social identity and fostering a sense of belonging within the community.

PENDAHULUAN

Komunitas otomotif di Indonesia menunjukkan perkembangan yang menarik, terutama komunitas yang berpusat pada kendaraan klasik seperti Vespa. Vespa bukan hanya dianggap sebagai alat transportasi, tetapi juga simbol budaya, gaya hidup, dan identitas kolektif yang diwariskan dari generasi ke generasi. Sejak kemunculannya di Indonesia pada tahun 1960-an, Vespa telah menempati ruang khusus dalam kehidupan sosial masyarakat. Nilai sejarah, estetika klasik, dan kesan keunikan menjadikan Vespa sebagai ikon yang membentuk kelompok sosial tersendiri. Fenomena ini tampak jelas di berbagai daerah, termasuk di Kota Bengkulu, di mana komunitas Vespa Bengkulu Bersatu (VBB) hadir sebagai salah satu komunitas yang aktif melakukan berbagai kegiatan sosial, touring, pertemuan rutin, hingga kegiatan kreatif yang melibatkan banyak anggota.

Komunitas Vespa Bengkulu Bersatu tidak hanya menjadi tempat berkumpulnya para pecinta Vespa, tetapi juga memainkan fungsi sosial dalam membangun solidaritas dan identitas kelompok anggotanya. Aktivitas seperti touring, nongkrong bengkel, hingga pertemuan rutin menjadi bagian dari proses interaksi yang terus berlangsung. Interaksi ini mengandung unsur komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga simbolik dan emosional. Pola komunikasi kelompok yang terjadi dalam komunitas Vespa memunculkan nilai kebersamaan, rasa memiliki, dan ikatan sosial yang melekat kuat pada identitas para anggotanya. Dalam konteks ini, komunikasi kelompok berperan sebagai mekanisme utama dalam membentuk jati diri kolektif, memperkuat ikatan emosional, dan membangun citra komunitas.

Teori Identitas Sosial yang dikemukakan Henri Tajfel menjadi dasar penting dalam memahami proses pembentukan identitas pada komunitas seperti Vespa Bengkulu Bersatu. Teori ini menjelaskan bahwa identitas sosial terbentuk melalui proses kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Kategorisasi sosial terjadi ketika individu menempatkan dirinya sebagai bagian dari kelompok tertentu. Di komunitas Vespa, proses ini terlihat dari penggunaan simbol-simbol bersama seperti Vespa original, atribut komunitas, hingga penggunaan jargon yang hanya dipahami oleh anggota komunitas. Identifikasi sosial muncul ketika individu mulai menginternalisasi nilai dan norma komunitas, sehingga terbentuk rasa memiliki yang kuat. Proses perbandingan sosial tampak dari kebanggaan kolektif anggota komunitas terhadap identitas mereka sebagai bagian dari kelompok Vespa, yang mereka anggap berbeda dan unik dibandingkan komunitas lain.

Perkembangan teknologi komunikasi memperkuat dinamika interaksi dalam komunitas Vespa. Media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook digunakan sebagai ruang interaksi tambahan yang memastikan komunikasi tetap berlangsung meskipun anggota tidak sedang berkumpul secara langsung. Grup WhatsApp, misalnya, dipakai untuk berbagi informasi mengenai kegiatan komunitas, jadwal touring, perbaikan motor, hingga diskusi santai antaranggota. Pola komunikasi yang hybrid—menggabungkan interaksi langsung dan digital—membuat komunitas semakin dinamis dan adaptif terhadap perubahan zaman. Meskipun demikian, interaksi tatap muka tetap menjadi fondasi utama dalam membangun kedekatan emosional dan solidaritas yang kuat di antara anggota komunitas.

Dalam perspektif komunikasi kelompok, interaksi yang berlangsung di komunitas Vespa memiliki fungsi yang sangat beragam. Komunikasi bukan hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat pengambilan keputusan, pemberian dukungan emosional, penyelesaian konflik, hingga proses negosiasi identitas kelompok. Anggota senior memiliki peran penting dalam membimbing anggota baru, memperkenalkan aturan tidak tertulis komunitas, dan mentransfer nilai-nilai yang menjadi dasar pembentukan identitas kelompok. Proses ini menjadikan komunitas Vespa sebagai ruang sosial yang terus berkembang, di mana identitas kelompok tidak hanya diwariskan tetapi juga dibentuk melalui pengalaman bersama yang berulang.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunitas Vespa memiliki karakteristik solidaritas yang tinggi, kreativitas dalam memodifikasi kendaraan, dan budaya touring yang kuat. Namun, sebagian besar kajian lebih banyak menyoroti aspek visual, gaya hidup, atau aktivitas modifikasi kendaraan, sedangkan kajian yang memfokuskan pada hubungan antara komunikasi kelompok dan pembentukan identitas sosial masih sangat terbatas. Kondisi ini memperlihatkan adanya celah penelitian yang perlu dijangkau, terutama ketika komunitas Vespa di berbagai daerah, termasuk Bengkulu, menunjukkan dinamika komunikasi yang menarik untuk dianalisis secara lebih mendalam.

Dalam konteks komunitas Vespa Bengkulu Bersatu, identitas sosial bukan hanya dibangun melalui simbol dan aktivitas, tetapi juga melalui hubungan interpersonal yang terbentuk dari proses komunikasi yang berkesinambungan. Anggota komunitas berasal dari latar belakang sosial, ekonomi, dan profesi yang berbeda, namun perbedaan ini mampu dilebur oleh kecintaan terhadap Vespa. Keberagaman latar belakang anggota justru memperkaya interaksi dan memperkuat nilai inklusivitas dalam komunitas. Setiap anggota merasa diterima, dihargai, dan diakui sebagai bagian dari komunitas tanpa mempertimbangkan status sosial mereka di luar komunitas. Fenomena ini menunjukkan bahwa komunikasi kelompok menjadi faktor kunci yang memungkinkan terbentuknya solidaritas lintas latar belakang.

Aktivitas touring juga memainkan peran penting dalam membangun dan memperkuat identitas komunitas. Touring bukan hanya perjalanan fisik, tetapi juga perjalanan emosional yang mempererat hubungan antaranggota. Tantangan di jalan, kerja sama dalam mengatasi hambatan teknis, hingga momen kebersamaan dalam perjalanan menjadi pengalaman kolektif yang membentuk identitas kelompok secara kuat. Aktivitas ini menghasilkan narasi bersama yang memperkuat posisi komunitas di mata anggotanya maupun masyarakat luas.

Proses pembentukan identitas sosial yang terjadi melalui komunikasi kelompok pada komunitas Vespa Bengkulu Bersatu menjadi aspek yang penting untuk diteliti. Pemahaman mengenai bagaimana komunikasi memengaruhi identitas sosial dapat memberikan wawasan baru dalam kajian komunikasi kelompok dan komunikasi komunitas. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi komunitas hobi ataupun organisasi berbasis minat lainnya dalam memahami pentingnya komunikasi sebagai fondasi pembentukan identitas dan solidaritas kelompok.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana komunikasi kelompok dalam komunitas Vespa Bengkulu Bersatu membentuk identitas sosial anggotanya. Fokus penelitian diarahkan pada mekanisme komunikasi yang berlangsung dalam komunitas, interaksi simbolik yang muncul, serta bagaimana nilai, norma, dan pengalaman kolektif diinternalisasi oleh anggota hingga membentuk identitas kelompok yang kuat. Penelitian ini diharapkan memperkaya pemahaman teoretis tentang komunikasi kelompok, memberikan gambaran empiris mengenai dinamika komunitas berbasis hobi, dan memperkuat kajian tentang identitas sosial dalam konteks masyarakat Indonesia.

LANDASAN TEORI

Teori Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok merujuk pada proses pertukaran pesan antara tiga atau lebih individu yang berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu. Burgoon dan Ruffner menjelaskan bahwa komunikasi kelompok terjadi dalam konteks tatap muka, sehingga setiap anggota dapat memberi dan menerima

umpan balik secara langsung. Dalam komunitas Vespa Bengkulu Bersatu, komunikasi kelompok terlihat dalam kegiatan rutin seperti kopdar, touring, dan diskusi bengkel. Interaksi ini tidak hanya menyampaikan informasi teknis terkait Vespa, tetapi juga mempererat hubungan interpersonal yang menjadi dasar solidaritas kelompok. Proses komunikasi kelompok memungkinkan setiap individu memahami peran, norma, dan nilai yang dianut komunitas, sehingga terjadi kohesivitas yang stabil. Teori ini relevan karena memperlihatkan bagaimana kelompok menjadi ruang sosial tempat anggota bernegosiasi dan membangun makna bersama, yang kemudian memengaruhi identitas sosial mereka sebagai bagian dari komunitas Vespa.

Peran Komunikasi Kelompok dalam Kelompok Sosial

Komunikasi kelompok memiliki sejumlah fungsi penting, seperti penyampaian informasi, pemberian arahan, pengambilan keputusan, hingga pemberian motivasi bagi anggota. Liliweri menyebutkan bahwa komunikasi kelompok dapat membantu memecahkan masalah, mempererat hubungan, dan menetapkan aturan yang berlaku dalam komunitas. Dalam komunitas Vespa Bengkulu Bersatu, fungsi ini terlihat dari cara anggota berdiskusi tentang tujuan touring, pembagian peran selama kegiatan, hingga penyelesaian kendala teknis di lapangan. Komunikasi kelompok juga berfungsi sebagai media pembelajaran sosial, khususnya ketika anggota baru mempelajari budaya komunitas melalui interaksi intens dengan anggota senior. Dengan demikian, komunikasi kelompok bukan sekadar pertukaran pesan, tetapi juga mekanisme pembentuk pengalaman kolektif yang menjadi dasar identitas kelompok.

Teori Identitas Sosial – Henri Tajfel

Teori Identitas Sosial menjelaskan bahwa identitas seseorang dibentuk melalui keanggotaannya dalam kelompok sosial tertentu. Tajfel menekankan bahwa individu mendefinisikan dirinya berdasarkan kelompok tempat ia tergabung, dan proses pembentukan identitas terdiri dari tiga tahap: kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Dalam konteks komunitas Vespa Bengkulu Bersatu, kategorisasi sosial terlihat melalui simbol-simbol khas seperti Vespa original yang dijadikan identitas visual bersama. Identifikasi sosial muncul ketika anggota menginternalisasi nilai kebersamaan, solidaritas, dan kesetiaan pada komunitas. Sementara itu, perbandingan sosial tampak ketika anggota merasa bangga menjadi bagian dari komunitas Vespa dan membedakan diri mereka dari komunitas motor lain yang dianggap lebih modern atau komersial. Teori ini menjelaskan bagaimana komunikasi yang terjadi secara berulang dalam komunitas membentuk jati diri kolektif yang kuat, dan menjadi alasan mengapa anggota memiliki rasa memiliki yang tinggi terhadap komunitas.

Konsep Komunitas dalam Perspektif Komunikasi

Komunitas dipahami sebagai kelompok individu yang memiliki kesamaan minat, nilai, atau tujuan yang mendorong mereka untuk berinteraksi secara rutin. Menurut Kertajaya, inti komunitas terletak pada kepedulian antaranggota dan relasi yang terbentuk melalui interaksi berkelanjutan. Dalam komunitas Vespa, kesamaan minat terhadap Vespa bukan hanya menjadi alasan berkumpul, tetapi juga menjadi dasar pembentukan hubungan emosional. Komunikasi dalam komunitas tidak hanya terjadi pada kegiatan formal, tetapi juga melalui hubungan informal, bantuan teknis, dan solidaritas saat touring. Konsep komunitas ini penting untuk memahami bagaimana interaksi antaranggota menjadi struktur sosial yang membentuk identitas, norma, dan aturan tidak tertulis dalam komunitas.

Komunitas Vespa sebagai Ruang Budaya dan Identitas

Vespa bukan hanya alat transportasi, tetapi simbol budaya yang memiliki nilai historis dan estetika klasik. Sejak hadir di Indonesia pada tahun 1960–1970-an, Vespa menjadi representasi gaya hidup retro dan identitas unik di kalangan penggemar kendaraan klasik. Komunitas Vespa Bengkulu Bersatu mencerminkan karakteristik umum komunitas Vespa, seperti solidaritas tinggi, kreativitas modifikasi, budaya touring, dan penghargaan terhadap nilai vintage. Keunikan budaya ini menjadikan komunitas Vespa sebuah ruang yang memproduksi identitas sosial melalui pengalaman kolektif. Nilai historis Vespa, pengalaman touring bersama, dan solidaritas teknis (misalnya membantu saat motor rusak) memperkuat makna simbolis yang terus diproduksi melalui komunikasi kelompok.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami secara mendalam proses komunikasi kelompok dalam komunitas Vespa Bengkulu Bersatu serta bagaimana interaksi tersebut membentuk identitas sosial anggotanya. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali makna, pengalaman, dan konstruksi sosial yang muncul dari aktivitas komunikasi dalam komunitas. Metode deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran sistematis mengenai fenomena komunikasi kelompok sebagaimana terjadi secara natural di lapangan.

Data penelitian diperoleh melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung pada kegiatan komunitas, seperti pertemuan rutin, aktivitas bengkel, dan touring, untuk melihat dinamika komunikasi yang berlangsung secara tatap muka. Wawancara mendalam dilakukan kepada lima informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu ketua komunitas dan empat anggota aktif yang telah menjadi bagian komunitas minimal dua tahun serta berpartisipasi aktif dalam kegiatan. Teknik ini memungkinkan pemilihan informan yang paling relevan dengan tujuan penelitian.

Dokumentasi digunakan sebagai pelengkap untuk mengumpulkan data berupa foto kegiatan, catatan komunitas, serta dokumen terkait aktivitas Vespa Bengkulu Bersatu. Seluruh data dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini dilakukan secara berulang sepanjang penelitian untuk memastikan temuan bersifat konsisten, mendalam, dan valid. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi informasi penting, penyajian data disusun secara naratif, dan kesimpulan ditarik berdasarkan pola serta hubungan antar temuan lapangan.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami makna komunikasi kelompok dalam konteks sosial komunitas Vespa, serta bagaimana pola interaksi tersebut berperan dalam pembentukan identitas sosial anggota.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian mengenai komunikasi kelompok dalam komunitas Vespa Bengkulu Bersatu menunjukkan bahwa proses pembentukan identitas sosial anggota berlangsung melalui pola komunikasi yang terstruktur, berulang, dan didukung oleh dinamika interaksi yang kuat dalam kegiatan komunitas. Temuan penelitian mengacu pada tiga komponen utama teori Identitas Sosial Henri Tajfel, yaitu kategorisasi sosial, identifikasi sosial, dan perbandingan sosial. Ketiga komponen ini muncul secara jelas dalam hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan di lapangan.

Pada aspek kategorisasi sosial, penelitian menemukan bahwa anggota komunitas Vespa Bengkulu Bersatu mengelompokkan diri secara jelas sebagai bagian dari komunitas penggemar Vespa klasik. Pengelompokan ini ditunjukkan melalui simbol-simbol khas yang digunakan bersama, seperti penggunaan Vespa original, atribut komunitas, hingga gaya berpakaian yang mencerminkan budaya Vespa. Para informan menegaskan bahwa komunitas Vespa memiliki identitas yang dianggap berbeda dibandingkan kelompok motor lainnya, terutama karena nilai historis, estetika klasik, dan solidaritas yang melekat pada budaya Vespa. Simbol-simbol ini kemudian menjadi pembeda yang kuat antara anggota komunitas dengan kelompok luar, sehingga memunculkan ikatan sosial berbasis persepsi kesamaan.

Kategorisasi sosial semakin kuat melalui aktivitas rutin seperti kopdar, nongkrong bengkel, dan touring. Setiap kegiatan tidak hanya menjadi sarana bertemu, tetapi juga memperkuat kesadaran bersama bahwa mereka adalah bagian dari satu kelompok yang memiliki minat dan nilai yang sama. Informan menyebutkan bahwa kehadiran anggota Vespa lain di jalan otomatis dianggap sebagai "saudara" meskipun tidak saling mengenal. Temuan ini menunjukkan bahwa kategorisasi sosial telah berfungsi sebagai batas simbolik yang menghubungkan anggota komunitas secara emosional.

Pada tahap identifikasi sosial, penelitian menemukan bahwa anggota komunitas tidak hanya mengategorikan diri sebagai pengguna Vespa, tetapi juga mulai menginternalisasi nilai, norma, dan karakteristik komunitas. Identifikasi ini tercermin dalam rasa bangga terhadap Vespa, loyalitas terhadap komunitas, serta perasaan memiliki yang kuat terhadap kelompok. Anggota komunitas menganggap bahwa keikutsertaan mereka bukan hanya sekadar hobi, melainkan bagian dari perjalanan hidup yang membentuk cara mereka membangun hubungan sosial.

Nilai kebersamaan menjadi salah satu aspek terkuat dalam proses identifikasi sosial. Berdasarkan wawancara, anggota komunitas menyatakan bahwa mereka selalu mengutamakan solidaritas, terutama ketika menghadapi kendala di perjalanan. Misalnya, saat touring, seluruh anggota wajib berhenti jika ada satu motor yang mengalami kerusakan, dan masalah tersebut diatasi bersama-sama. Pengalaman kolektif seperti ini tidak hanya membangun kepercayaan, tetapi juga menciptakan narasi bersama yang memperkuat identitas komunal.

Selain itu, proses pembelajaran sosial juga menjadi bagian penting dalam identifikasi. Anggota baru belajar memahami norma komunitas melalui interaksi langsung dengan anggota senior. Senior biasanya memberikan arahan terkait etika touring, cara merawat Vespa, serta aturan tidak tertulis lainnya yang menjadi bagian dari budaya komunitas. Proses ini membentuk internalisasi nilai-nilai komunitas sehingga anggota baru merasa diterima dan berkontribusi terhadap keberlangsungan identitas kelompok.

Tahap selanjutnya adalah perbandingan sosial, yaitu proses di mana anggota komunitas membedakan diri dari kelompok lain dan membangun kebanggaan kolektif terhadap komunitas. Penelitian menemukan bahwa perbandingan sosial muncul dalam bentuk perasaan eksklusivitas dan kebanggaan menjadi bagian dari komunitas Vespa. Anggota merasa bahwa komunitas Vespa memiliki solidaritas yang lebih kuat, karakter yang lebih kreatif dalam modifikasi, dan budaya touring yang unik. Hal ini menjadi pembeda dengan komunitas motor modern yang dianggap lebih mengutamakan kecepatan maupun aspek komersial.

Perbandingan sosial juga terlihat dalam cara anggota memandang Vespa sebagai simbol identitas yang tidak tergantikan. Mereka menilai bahwa Vespa memiliki nilai sejarah dan filosofi yang membuat pengemudi merasa lebih dekat secara emosional dengan kendaraan tersebut. Simbol Vespa original yang dipertahankan oleh komunitas Bengkulu Bersatu menunjukkan bahwa mereka memiliki visi budaya yang ingin terus dijaga. Kebanggaan kolektif ini memperkuat identitas sosial sekaligus meningkatkan motivasi anggota untuk mempertahankan eksistensi komunitas.

Temuan lain menunjukkan bahwa komunikasi digital juga memainkan peran penting dalam mempertahankan ikatan kelompok. Grup WhatsApp komunitas digunakan untuk berbagi informasi, mengatur kegiatan, dan menjaga hubungan interpersonal antaranggota. Meskipun demikian, interaksi tatap muka tetap menjadi fondasi utama pembentukan identitas sosial, karena pengalaman emosional dan fisik selama touring atau pertemuan rutin tidak dapat sepenuhnya tergantikan oleh komunikasi digital.

Hasil observasi menunjukkan bahwa kehadiran fisik dalam kegiatan komunitas memperkuat dimensi komunikasi nonverbal seperti ekspresi, gesture, dan tindakan saling membantu. Interaksi semacam ini membentuk rasa keakraban dan kepercayaan yang sulit dibangun hanya melalui media online. Hal ini menjelaskan mengapa anggota komunitas tetap menempatkan kegiatan bertemu langsung sebagai inti dari eksistensi kelompok.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa komunikasi kelompok berperan sebagai fondasi utama yang menghubungkan anggota komunitas Vespa Bengkulu Bersatu. Proses komunikasi yang berlangsung secara berulang, baik secara langsung maupun melalui media digital, membentuk struktur sosial yang memengaruhi cara anggota memaknai diri mereka sebagai bagian dari komunitas. Identitas sosial terbentuk melalui interaksi simbolik, pengalaman kolektif, solidaritas teknis, dan narasi bersama yang dibangun dalam kegiatan komunitas.

Komunikasi kelompok dalam komunitas ini tidak hanya menciptakan hubungan interpersonal, tetapi juga membangun identitas sosial yang kuat, stabil, dan diwariskan kepada anggota baru. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa komunitas Vespa Bengkulu Bersatu bukan sekadar kelompok hobi, melainkan ruang sosial yang membentuk nilai, sikap, dan rasa kebanggaan kolektif di antara anggotanya.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi kelompok dalam komunitas Vespa Bengkulu Bersatu berperan sangat signifikan dalam membentuk identitas sosial anggotanya. Pada bagian pembahasan ini, temuan empiris diintegrasikan dengan teori-teori yang menjadi dasar penelitian, terutama Teori Identitas Sosial Henri Tajfel serta konsep komunikasi kelompok. Pembahasan dilakukan dengan menelaah hubungan antara realitas lapangan dan kerangka teori, sehingga diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana komunikasi kelompok beroperasi sebagai instrumen pembentuk identitas sosial.

Pada tahap kategorisasi sosial, anggota komunitas secara konsisten membedakan diri mereka sebagai bagian dari kelompok Vespa. Proses kategorisasi ini tidak bersifat pasif, melainkan diarahkan oleh penggunaan simbol-simbol kolektif yang terus diperkuat melalui interaksi simbolik. Simbol seperti

Vespa klasik, atribut komunitas, dan gaya berpakaian menjadi penanda identitas dan sekaligus alat kategorisasi yang memperlihatkan batas antara “kita” dan “mereka”. Secara teoritis, kategorisasi sosial berfungsi membangun rasa kesamaan dalam kelompok. Temuan di komunitas Vespa Bengkulu Bersatu sejalan dengan asumsi Tajfel bahwa individu cenderung membangun klasifikasi sosial untuk memudahkan mereka memahami lingkungan sosial dan menentukan posisi diri di dalamnya. Dalam komunitas Vespa, simbol-simbol klasik tersebut menjadi faktor pemersatu sekaligus pembentuk struktur sosial yang memengaruhi cara anggota berperilaku dan berkomunikasi.

Proses kategorisasi ini semakin menguat melalui reproduksi simbolik dalam kegiatan rutin seperti touring dan kopdar. Setiap anggota yang hadir merepresentasikan identitas Vespa tidak hanya melalui kendaraan tetapi juga melalui tindakan solidaritas, etika touring, dan partisipasi aktif. Hal ini menegaskan bahwa kategorisasi tidak hanya terbentuk melalui simbol visual, tetapi juga melalui praktik sosial yang terus diulang. Praktik sosial tersebut memperkuat sense of belonging yang menjadi awal dari terbentuknya identifikasi sosial.

Pada tahap identifikasi sosial, anggota komunitas mulai menginternalisasi nilai, norma, dan budaya komunitas. Identifikasi sosial dalam komunitas Vespa Bengkulu Bersatu dapat dilihat dari cara anggota memaknai komunitas sebagai ruang yang memberikan rasa aman, penerimaan, dan kebersamaan. Interaksi dalam komunitas bukan hanya menjadi sarana menyampaikan informasi teknis, tetapi juga sarana pembentukan nilai-nilai kolektif seperti solidaritas, kepedulian, dan kesetaraan. Identifikasi sosial ini memperlihatkan bahwa anggota tidak sekadar menyukai Vespa sebagai objek, tetapi menjadikan komunitas sebagai bagian dari identitas diri mereka.

Dalam konteks komunikasi kelompok, proses identifikasi tampak melalui pola komunikasi yang bersifat dialogis dan inklusif. Anggota baru disosialisasikan dengan nilai-nilai komunitas melalui komunikasi interpersonal dengan anggota senior. Interaksi ini menguatkan fungsi komunikasi sebagai alat pembelajaran sosial (social learning). Proses pembelajaran ini terjadi secara alami, melalui percakapan sehari-hari, diskusi teknis, dan pengalaman bersama selama touring. Identifikasi sosial terwujud ketika anggota baru mengadopsi pola pikir, bahasa, dan simbol yang digunakan oleh komunitas.

Temuan ini mengonfirmasi bahwa identitas kelompok tidak hanya dibentuk melalui struktur formal organisasi, tetapi muncul dari interaksi informal yang intens dan berulang. Bagi anggota komunitas, Vespa bukan sekadar kendaraan, melainkan simbol kehidupan dan solidaritas. Hal ini menegaskan bahwa identifikasi sosial dalam komunitas Vespa tidak bersifat dangkal, tetapi memiliki kedalaman emosional yang kuat.

Tahap berikutnya, perbandingan sosial, merupakan bagian penting dalam teori identitas sosial yang menjelaskan bagaimana individu atau kelompok menilai identitas mereka relatif terhadap kelompok lain. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa anggota komunitas Vespa Bengkulu Bersatu menunjukkan kebanggaan kolektif yang tinggi terhadap komunitas mereka. Perbandingan sosial tidak muncul dalam bentuk kompetisi, tetapi dalam bentuk perasaan bahwa komunitas Vespa memiliki solidaritas dan kekhasan budaya yang tidak dimiliki oleh komunitas motor lain. Mereka memandang diri sebagai kelompok yang memiliki nilai historis, budaya klasik, serta etika kebersamaan yang kuat.

Perbandingan sosial dalam konteks ini berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang memperkuat identitas kelompok. Ketika anggota komunitas merasa bahwa mereka berbeda dan memiliki keunikan, rasa memiliki terhadap komunitas menjadi semakin kuat. Hal ini sesuai dengan konsep Tajfel, bahwa identitas sosial positif diperoleh ketika individu merasa bangga terhadap kelompoknya dan melihat kelompoknya lebih unggul dalam perspektif tertentu. Dalam kasus komunitas Vespa, keunggulan ini dipahami bukan dalam aspek materi atau prestise, tetapi dalam nilai solidaritas, gaya hidup sederhana, dan konteks sejarah Vespa itu sendiri.

Selain itu, komunikasi digital memainkan peran penting sebagai ruang tambahan yang memperkuat proses pembentukan identitas sosial. Grup WhatsApp komunitas memfasilitasi komunikasi yang intens, cepat, dan berkelanjutan. Meskipun komunikasi digital tidak dapat sepenuhnya menggantikan interaksi tatap muka, media ini mempermudah koordinasi dan memperkuat ikatan emosional antaranggota. Penggunaan media digital sejalan dengan perkembangan komunikasi modern, di mana identitas kelompok dibentuk melalui kombinasi interaksi langsung dan interaksi virtual. Temuan ini menunjukkan bahwa komunitas Vespa Bengkulu Bersatu telah melakukan adaptasi yang baik terhadap perkembangan teknologi tanpa kehilangan nilai-nilai tradisional yang menjadi ciri khas komunitas Vespa.

Dalam perspektif teori komunikasi kelompok, aktivitas yang dilakukan komunitas Vespa Bengkulu Bersatu menunjukkan bahwa komunikasi merupakan inti yang menggerakkan dinamika kelompok. Komunikasi yang terjadi bukan hanya bersifat informatif, tetapi juga regulatif, persuasif, dan ekspresif. Anggota kelompok berkomunikasi untuk menetapkan aturan touring, menentukan agenda komunitas,

menyelesaikan konflik, serta membangun rasa saling percaya. Hal ini menegaskan teori Liliwieri bahwa komunikasi kelompok memiliki peran strategis dalam menjaga kohesi kelompok dan memastikan keberlangsungan komunitas.

Pembahasan ini memperlihatkan bahwa identitas sosial komunitas Vespa Bengkulu Bersatu terbentuk dari serangkaian proses komunikasi yang berlangsung secara berulang, berlapis, dan bermakna. Identitas tersebut tidak muncul secara instan, tetapi dibentuk melalui pengalaman kolektif, penggunaan simbol, internalisasi nilai, dan perbandingan sosial yang berfungsi memperkuat solidaritas. Keseluruhan proses ini memperlihatkan hubungan yang kuat antara komunikasi kelompok dan pembentukan identitas sosial, serta menunjukkan bagaimana komunitas berbasis hobi dapat berfungsi sebagai ruang penting bagi pembentukan identitas individu dalam masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian mengenai komunikasi kelompok dalam komunitas Vespa Bengkulu Bersatu menunjukkan bahwa pembentukan identitas sosial anggota berlangsung melalui proses komunikasi yang terstruktur, berulang, dan bermakna. Tiga komponen utama dalam Teori Identitas Sosial Tajfel—kategorisasi, identifikasi, dan perbandingan sosial—muncul secara jelas dalam dinamika interaksi komunitas. Kategorisasi terlihat melalui penggunaan simbol-simbol Vespa klasik, gaya berpakaian, dan aktivitas khas yang membedakan anggota komunitas dari kelompok lain. Identifikasi sosial tercermin dari nilai kebersamaan, solidaritas, dan loyalitas yang diinternalisasi anggota melalui pengalaman kolektif, terutama dalam touring, kegiatan rutin, dan interaksi sehari-hari. Perbandingan sosial memperlihatkan bahwa anggota memandang komunitas Vespa sebagai kelompok yang memiliki keunikan, solidaritas kuat, dan budaya yang berbeda dari komunitas motor lainnya, sehingga memperkuat rasa bangga dan rasa memiliki terhadap komunitas.

Komunikasi kelompok, baik tatap muka maupun melalui media digital, terbukti menjadi fondasi utama terbentuknya identitas sosial tersebut. Pertukaran pesan, penggunaan simbol, praktik solidaritas, serta kegiatan bersama menjadi elemen komunikasi yang berfungsi mempererat hubungan antaranggota dan menguatkan identitas kelompok. Interaksi digital melalui WhatsApp melengkapi interaksi langsung, menjaga kesinambungan komunikasi, dan memperkuat ikatan sosial. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas Vespa Bengkulu Bersatu bukan hanya kelompok hobi, tetapi juga ruang sosial yang mampu membangun identitas kolektif melalui komunikasi kelompok yang intens, kohesif, dan bermakna.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran dapat diajukan untuk memperkuat keberlanjutan komunitas dan mendorong penelitian lanjutan. Pertama, komunitas Vespa Bengkulu Bersatu disarankan untuk terus mempertahankan pola komunikasi kelompok yang inklusif dan terbuka agar anggota baru dapat beradaptasi dengan mudah dan memahami nilai-nilai komunitas. Penguatan peran anggota senior sebagai pembimbing juga dapat membantu menjaga keberlanjutan budaya komunitas.

Kedua, komunitas dapat memanfaatkan media digital secara lebih strategis dengan mengembangkan dokumentasi kegiatan, kampanye solidaritas, atau program edukasi internal melalui platform online. Penguatan komunikasi digital dapat memperluas jaringan komunitas dan memperkuat citra positif komunitas di masyarakat.

Ketiga, penelitian selanjutnya dapat memperluas fokus dengan mengkaji dinamika komunikasi antar-komunitas Vespa lintas daerah, atau membandingkan pola identitas sosial antara komunitas Vespa dengan komunitas hobi lainnya. Pendekatan tersebut dapat memberikan perspektif yang lebih luas mengenai bagaimana identitas sosial terbentuk dalam konteks kelompok berbasis hobi di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. RajaGrafindo Persada.
- Castells, M. (2013). *Communication Power*. Oxford University Press.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2002). *Business Research Methods*. McGraw-Hill.
- Daryanto, & Raharjo. (2016). *Teori Komunikasi Kelompok*. Gava Media.
- Jacobson, D. (2003). *The Social Identity Approach*. Sage Publications.

- Kertajaya, H. (2008). *Community Power*. Gramedia.
- Liliwari, A. (2014). *Sosiologi Komunikasi*. Prenada Media.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muhadjir, N. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rake Sarasin.
- Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, D. (2019). *Karakteristik Komunitas Vespa di Indonesia*. Universitas Negeri Malang.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- Putri, D. A. (2022). Teori Identitas Sosial dan Implementasinya dalam Hubungan Kelompok. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 8(2), 55–67.
- Rahman, A. (2021). Komunikasi Digital dalam Komunitas Motor. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 77–89.
- Rismandi. (2020). Konstruksi Identitas Komunitas Vespa di Era Digital. *Jurnal Kultur & Masyarakat*, 5(1), 33–45.
- Santoso, T. (2006). Identitas dan Kelompok Sosial. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 1(2), 22–34.
- Scarpellini, E. (2011). *History of Vespa Motor Scooter*. Italian Historical Society Press.
- Sugiyono. (2019). *Kerangka Berpikir dalam Penelitian*. CV Alfabeta.
- Sutrisno, & Haryanto. (2020). Dinamika Komunitas Vespa dan Peran Komunikasi Kelompok. *Jurnal Komunitas*, 9(3), 120–131.
- Wanger, L. (2004). *Community and Communication*. Routledge.
- Wiryanto. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Grasindo.
- Wijaya, A. (2021). Dinamika Komunikasi Komunitas Vespa di Sumatera. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(1), 14–27.