

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS *RIDING SANTUY* BOYOLALI  
DALAM MEMPERBAIKI CITRA POSITIF DI MASYARAKAT**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Sosial



**Disusun Oleh :**

**Ummi Nur Hidayati**

**NIM : 19.12.11.128**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

**UNIVERSITAS ISLAM RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS *RIDING SANTUY* BOYOLALI  
DALAM MEMPERBAIKI CITRA POSITIF DI MASYARAKAT**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Sosial



**Disusun Oleh :**

**Ummi Nur Hidayati**

NIM : 19.12.11.128

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

**UNIVERSITAS ISLAM RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2023**

**Dr. Hj. Kamila Adnani, M.Si.**  
**DOSEN PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

---

---

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Hal : Skripsi Sdr. Ummi Nur Hidayati

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

di Tempat

*Assalamu'alaikum. Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan  
seperlunya terhadap skripsi saudara :

Nama : Ummi Nur Hidayati

NIM : 19.12.11.128

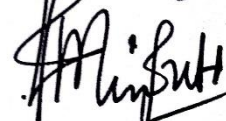
Judul : Strategi Komunikasi Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam  
Memperbaiki Citra Positif di Masyarakat.

dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan  
pada Sidang Munaqosah Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas  
Raden Mas Said Surakarta.

*Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.*

Surakarta, 30 Januari 2023

Pembimbing



**Dr. Hj. Kamila Adnani, M. Si**

**NIP. 19700723 200112 2 003**

©2023

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ummi Nur Hidayati  
NIM : 19.12.11.128  
Tempat, Tanggal Lahir : Kab. Boyolali, 18 Maret 2001  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah  
Alamat : Karang Sari, Ngenden, Ampel, Boyolali, Jawa Tengah  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam Memperbaiki Citra Positif di Masyarakat.

menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri, jika kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal hukumnya.

Demikian Pernyataan ini saya buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 27 Januari 2023

Yang Menyatakan



**Ummi Nur Hidayati**

**NIM. 19.12.11.128**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS *RIDING SANTUY* BOYOLALI**  
**DALAM MEMPERBAIKI CITRA POSITIF DI MASYARAKAT**

Disusun oleh :

**UMMI NUR HIDAYATI**

**NIM. 19.12.11.128**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

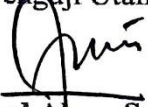
Pada Kamis, 02 Maret 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan Guna Mem peroleh Gelar

Sarjana Sosial

Surakarta, 15 Maret 2023

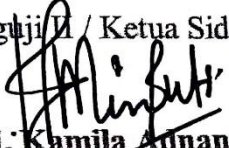
Peng uji Utama,



**Dr. Zainul Abas, S.Ag., M.Ag.**

**NIP. 19720505 200112 1 001**

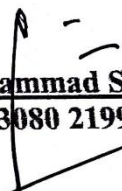
Peng uji II / Ketua Sidang,



**Dr. Hj. Kamila Anani, M.Si.**

**NIP. 19700723 200112 2 003**

Peng uji I / Sekretaris Sidang,



**Drs. H. Muhammad Saidun, M.Ag.**

**NIP. 1963080 2199003 1 001**

Mengetahui,



**Dr. Islah, M.Ag.**

**NIP. 19730522 200312 1 001**

**MOTTO**

***“ Kita perlu terjatuh, untuk merasakan bagaimana pahitnya berdiri kembali.”***

*(Ummi Nur Hidayati)*

## ABSTRAK

**UMMI NUR HIDAYATI. NIM 191211128. Strategi Komunikasi Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam Memperbaiki Citra Positif di Masyarakat. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta 2023.**

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali merupakan sebuah komunitas motor yang ada di Kabupaten Boyolali. Komunitas motor ini berbeda dari komunitas motor lainnya. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memiliki kegiatan *summori* dan *riding* dibarengi dengan kegiatan open donasi, dan aksi kemanusiaan. Kegiatan tersebut dilakukan rutin disetiap bulannya. Kegiatan ini dilakukan untuk mengubah pandang masyarakat bahwa komunitas motor tidak selalu identik dengan kegiatan yang buruk, namun dapat hadir dengan kegiatan yang positif. Yang kemudian menimbulkan masalah yaitu bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam memperbaiki citra positif di masyarakat, sehingga pesan atau informasi yang disampaikan dapat tersampaikan dengan efektif dan benar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pada komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam memperbaiki citra positif di masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teori strategi komunikasi oleh Anwar Arifin. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik wawancara bebas terpimpin. Wawancara bebas terpimpin merupakan wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas namun masih tetap berada pada pedoman wawancara yang sudah dibuat. Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Analisa data dilakukan dengan menggunakan metode komparatif atas hasil wawancara dengan informan. Sekaligus membandingkan dengan hasil observasi yang dilakukan.

Hasil penelitian ini Komunitas *Riding Santuy* Boyolali berusaha berbagai acara agar persepsi masyarakat terhadap Komunitas *Riding Santuy* Boyolali tidak buruk. Dengan menggunakan strategi komunikasi oleh Anwar Arifin yaitu pertama mengenal khalayak masyarakat umum maupun remaja banyak memandang bahwa komunitas motor merupakan sebuah kelompok yang buruk, kedua menyusun pesan bahwa setiap komunitas motor bisa hadir dengan kegiatan yang positif dan bermanfaat untuk masyarakat luas, ketiga menentukan metode pelaksanaan dan isi pesan, dan keempat pemilihan media, media yang dipilih oleh Komunitas *Riding Santuy* Boyolali yaitu media sosial instagram, dan juga menggunakan media massa solopos.com. Penelitian ini juga menggunakan teori citra menurut Frank Jefkins dengan melihat faktor pembentuk citra yaitu identitas fisik, mutu kualitas layanan, dan Aktivitas pola hubungan. Oleh sebab itu pentingnya strategi komunikasi dalam Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam memperbaiki citra positif di masyarakat.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Komunitas, Citra, Masyarakat

## ABSTRACT

**UMMI NUR HIDAYATI. NIM 191211128. Communication Strategy for the Riding Santuy Boyolali Community in Improving Positive Image in Society. Islamic Communication and Broadcasting Study Program. Ushuluddin and Da'wah Faculty. Raden Mas Said State Islamic University Surakarta 2023.**

The Riding Santuy Boyolali Community is a motorbike community in Boyolali Regency. This motorcycle community is different from other motorcycle communities. The Riding Santuy Boyolali Community has sunmori and riding activities which are accompanied by open donation activities and humanitarian action. This activity is carried out regularly every month. This activity was carried out to change the public's view that the motorbike community is not always synonymous with bad activities, but can be present with positive activities. Which then raises a problem, namely how the communication strategy carried out by the Riding Santuy Boyolali Community in improving a positive image in society, so that the message or information conveyed can be conveyed effectively and correctly. The purpose of this research is to describe the communication strategy of the Riding Santuy Boyolali community in improving the positive image in society.

This study uses a qualitative descriptive method with the theory of communication strategy by Anwar Arifin. Data collection techniques with observation, interviews, and documentation. Guided free interview technique. Guided free interviews are interviews conducted by asking questions freely but still according to the interview guidelines that have been made. The validity of the data in this study uses source triangulation. Data analysis was carried out using a comparative method on the results of interviews with informants. At the same time compare with the results of observations made.

The results of this study are the Riding Santuy Boyolali Community trying various events so that people's perceptions of the Riding Santuy Boyolali Community are not bad. By using a communication strategy by Anwar Arifin, namely first getting to know the audience, the general public and many young people view that the motorcycle community is a bad group, the second is to compose a message can be present with positive and useful activities for the wider community, thirdly determining the method of implementation and message content, and fourthly media selection, the media chosen by the Riding Santuy Boyolali Community, namely Instagram social media, and also using solopos.com mass media. This study also uses image theory according to Frank Jefkins by looking at image forming factors, namely physical identity, quality of service quality, and activity patterns of relationships. Therefore the importance of a communication strategy in the Riding Santuy Boyolali Community in improving a positive image in society.

Keywords: Communication Strategy, Community, Image, Society.



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil'alamiin puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan segala kekurangannya. Semoga skripsi ini dapat menjadi manfaat dan berkah. Skripsi ini saya persembahkan untuk,

1. Kedua Orang Tua Saya, Bapak Paryono dan Ibu Daryati yang selalu melakukan berbagai upaya yang terbaik bagi anak-anaknya, selalu mendo'akan dalam setiap sujud dan do'anya, serta telah mendukung dari segi materil dan moril.
2. Adik saya Ulfa Nurun Nasikhah yang telah menjadi penyemangat dan juga selalu mendo'akan saya selama mengerjakan skripsi hingga selesai.
3. Seluruh keluarga besar saya yang telah mendukung, memotivasi dan do'a.
4. Guru saya di Pondok Pesantren Bina Insani Susukan Semarang yang selalu memberikan do'a dan dukungan.
5. Kepada NIM 181221141 terimakasih telah kebersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan tugas akhir. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga sekarang ini. Tetaplah kebersamai dan tidak tunduk kepada apa-apa.
6. Sahabat dan temanku Ayu Retno Ningsih, Annisa Choirunnisa, Zufirda Muchlishotin M, Heni Wijayanti, Arlinda Maya, dan Nur Halimah yang juga banyak membantu mengarahkan penulis ketika mengerjakan skripsi dan selalu memberikan motivasi dan dukungan.

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah rabil'alamiin.* Dengan mengucapkan Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam Memperbaiki Citra Positif di Masyarakat” dengan baik. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjai suri auladan yang baik bagi umat manusia.

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat pada penyelesaian program sarjana (S1) dan mendapatkan gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Komunikasi dan Dakwah, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Universitas Raden Mas Said Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik atas dukungan, nasihat dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag., M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Islah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Joni Rusdiana, M.I.Kom, selaku Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
4. Mei Candra Mahardika, M.A. selaku Dosen pembimbing Akademik.
5. Dr. Hj. Kamila Adnani, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyempatkan waktunya disela-sela kesibukan untuk memberikan bimbingan, dukungan serta do'a kepada penulis selama kuliah dan mengerjakan skripsi.
6. Dr. Zainul Abas, S.Ag.,M.Ag. selaku Dosen Penguji Utama, Drs. H. Muhammad Saidun, M.Ag. selaku Dosen Penguji 1, yang telah meluangkan

waktu, tenaga, pikiran, dukungan serta do'a kepada penulis, memberikan kritik dan saran untuk perbaikan penulis dalam menyelesaikan skripsi.

7. Seluruh Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan ilmu bagi penulis dan staff akademik Fakultas Ushuluddin dan Dakwah yang banyak membantu dalam urusan prosedur tugas akhir.
8. Teman-teman seperjuangan kelas KPI D angkatan 2019 yang selalu memberikan semangat.
9. Teman-teman KPI angkatan 2019 Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang selalu memberikan semangat.
10. Pihak Komunitas *Riding Santuy* Boyolali yang telah memberikan izin melakukan penelitian dan membantu penulis dalam proses berjalannya penelitian.
11. Sahabat-sahabati PMII Rayon Abdurrahman Wahid dan UKM JQH Al-Wustha yang telah menemani berbagai rintangan dalam berproses di organisasi.
12. Semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan, motivasi kepada penulis yang tidak bisa diebutkan satu persatu.

Terimakasih penulis ucapkan, semoga atas bimbingan, bantuan, dan dukungannya menjadi amal baik. Penulis menyadari, begitu banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan skripsi ini.

Surakarta, 27 Januari 2023

Penulis

**Ummi Nur Hidayati**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Pembatasan Masalah .....	10
D. Rumusan Masalah .....	10
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
A. Kajian Teori .....	12
1. Komunikasi Organisasi .....	12
a. Pengertian Komunikasi Organisasi .....	12

b. Fungsi Komunikasi di dalam Organisasi .....	18
2. Strategi Komunikasi.....	21
a. Pengertian Strategi Komunikasi .....	21
b. Komponen Komunikasi dan Strategi Komunikasi .....	25
3. Citra.....	28
a. Pengertian Citra .....	28
b. Faktor Pembentuk Cira .....	32
B. Kajian Pustaka .....	34
C. Kerangka Berpikir .....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	42
B. Pendekatan Penelitian .....	43
C. Subjek Penelitian .....	44
E. Teknik Pengumpulan Data .....	44
F. Teknik Analisa Data.....	47
G. Keabsahan Data.....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
A. Temuan Data Penelitian.....	49
1. Sejarah Singkat Komunitas RSB .....	49
2. Logo dan Makna .....	51
3. Tujuan Komunitas RSB .....	54
4. Struktur Kepengurusan Komunitas RSB .....	55
B. Sajian Data Penelitian .....	57

1. Pengertian Komunitas Motor .....	58
2. Sasaran dari Komunitas RSB .....	60
3. Tujuan dari Komunitas RSB .....	62
4. Kegiatan dari Komunitas RSB .....	64
5. Ciri Khas Komunitas RSB .....	69
6. Media dari Komunitas RSB.....	73
C. Analisis Hasil Penelitian .....	76
1. Strategi Komunikasi.....	77
a. Mengenal Khalayak .....	77
b. Menyusun Pesan.....	79
c. Menentukan Metode .....	82
d. Pemilihan Media .....	84
2. Citra.....	86
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>94</b>
A. Kesimpulan .....	94
B. Keterbatasan Penelitian.....	97
C. Saran .....	97
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>99</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1. Kerangka Berfikir .....	41
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Logo Utama Komunitas RSB.....	54
Gambar. 4.2. Logo Umum Komunitas RSB .....	55
Gambar. 4.3. Khalayak Masyarakat Kabupaten Boyolali.....	63
Gambar. 4.4. Anggota Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali .....	64
Gambar. 4.5. Kegiatan Open Donasi RSB .....	67
Gambar. 4.6. Pamflet Peduli Kasih Komunitas RSB .....	70
Gambar. 4.7. Pamflet Open Donasi Online.....	71
Gambar. 4.8. Penyerahan Hasil Donasi .....	73
Gambar. 4.9. Media Sosial Komunitas RSB .....	76
Gambar. 4.10. Berita Solopos.com.....	77
Gambar. 4.11. Kegiatan <i>Riding</i> Batikan .....	78



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Mendengar kata komunitas motor akan terbayang pada sekelompok individu yang mempunyai penampilan yang terkesan urakan. Komunitas motor biasanya didominasi dengan suara bising yang keluar dari motor, dan pakaian yang digunakan dilihat kurang rapi. Penilaian masyarakat terhadap komunitas motor yang sudah negative, yang terkesan urakan dan sering berbuat masalah sehingga membuat masyarakat resah akan kehadiran komunitas motor.

Komunitas motor adalah sekelompok pengendara sepeda motor yang tergabung dalam paguyuban di lokasi-lokasi tertentu. Tanpa adanya tempat bersama untuk berbagi perasaan dan hati sebagai anggota suatu komunitas, maka bukanlah disebut komunitas. Perkembangan komunitas sepeda motor Indonesia sedikit banyak telah mengubah nuansa, gaya hidup dan interaksi anak muda masa kini. Sebagai anak negeri yang cinta damai dan persaudaraan, mendapat tempat di komunitas sepeda motor memiliki banyak faktor positif, namun semuanya mengacu pada unsur yang menjadi asas misi. Kelompok sosial yang disebut dengan komunitas merupakan suatu kesatuan sosial yang teorganisasikan dalam kelompok-kelompok dengan kepentingan bersama, baik yang bersifat fungsional maupun yang teritorial.

Kabupaten Boyolali memiliki forum-forum kelompok pecinta motor maupun kegiatan bersepeda dengan tujuan yang berbeda-beda pula. Seperti, *Bikers* Subuhan Boyolali, *Scoprs* Boyolali, Galeri Astrea Boyolali, dan *Riding Santuy* Boyolali. Kegiatan dari kelompok-kelompok sepeda ini hampir memiliki kesamaan, namun ciri khas setiap kelompok memiliki ciri khas tersendiri. Seperti *Scooper* Boyolali, kelompok, komunitas ini bergerak pada sekelompok orang yang memiliki kecintaan kepada sepeda scoopy dan membuat sebuah kegiatan seperti yang ada pada Instagram @scooprs.boyolali yaitu *riding* (berkendara motor di jalanan) bersama, buka bersama ketika bulan Ramadhan, dan berkumpul bersama dengan orang-orang yang memiliki kecintaannya dengan motor scoopy. Dalam komunitas ini sering berkumpul pengguna scoopy Kabupaten Boyolali, dan kegiatan yang sering dilakukan *sharing-sharing* mengenai motor scoopy. Komunitas ini biasanya diikuti mulai dari umur 17 tahun hingga 29 tahun. Kegiatan yang sering dilakukan yaitu *sunmori* (sunday morning ride) dan *riding* (berkendara motor di jalanan). Keunikan dalam komunitas ini yaitu menyamakan kecintaan sepeda scoopy dalam satu wadah *scooprs* Boyolali.

Komunitas kedua yang ada di Kabupaten Boyolali yaitu Galeri Astrea Boyolali. Komunitas ini merupakan sekumpulan orang-orang pecinta honda astrea dari Boyolali. Zaman sekarang motor astrea menjadi motor yang unik untuk dimiliki dan dikendarai. Sehingga tidak jarang banyak pemuda memilih astrea. Pada acara Galeri Astrea Boyolali yang diadakan pada 28 agustus 2022,

komunitas ini menggelar *riding* (berkendara motor di jalanan) merdeka dan aksi bakti sosial di Lapangan Pusporenggo, Kecamatan Musuk. Kegiatan ini diperkirakan hanya sekitar 200 orang, namun antusias dari teman-teman pecinta motor sangat tinggi sehingga lebih dari perkiraan. Kegiatan yang diadakan tidak hanya *riding* (berkendara motor di jalanan) merdeka dan aksi bakti sosial namun, juga menampilkan hiburan berupa musik dangdut, pameran motor, *fun game* dan sejumlah dorprize. Kegiatan komunitas ini tidak rutin dilakukan setiap sebulan sekali namun diadakan ketika sesuai dengan event yang ada.

Kelompok pecinta motor yang ada di Kabupaten Boyolali ada *Riding Santuy* Boyolali merupakan salah satu komunitas motor yang didominasi oleh pemuda laki-laki dan perempuan. Komunitas tersebut sering terlihat melakukan kegiatan berkumpul, dengan jumlah yang banyak. Seratusan motor layaknya geng motor yang siap merajai jalanan Boyolali. Mereka mengendarai beragam merek dan jenis motor.

Komunitas *Riding Santuy* merupakan sekumpulan anak muda yang memiliki hobi yang sama. Komunitas ini untuk tempat mempersatukan anak-anak hobi *riding* (berkendara motor di jalanan) sepeda motor di Boyolali. Mereka berkumpul dan menjalin silaturahmi tanpa memandang perbedaan. Semua almanater dengan sepeda motor apapun diperbolehkan ikut dalam komunitas *Riding Santuy*.

Tidak hanya sekedar aksi motoran bersama, komunitas ini juga menggelar aksi amal. Pada bulan Ramadhan mereka melakukan aksi amal. Berbeda

dengan aksi amal pada umumnya. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memilih aksi *riding* (berkendara motor di jalanan) sambil beramal dan memberi nama dengan Ngabuburide (berkendara dengan motor ketika sore menjelang waktu berbuka puasa) Kemanusiaan. Aksi amal yang mereka lakukan akan diberikan atau disumbangkan kepada yang berhak seperti halnya panti asuhan, kaum fakir miskin, dan masyarakat di Kabupaten Boyolali yang kurang mampu. Kegiatan amal tidak hanya dilakukan pada saat bulan Ramadhan saja, namun juga dilakukan dibulan-bulan biasa. Mereka akan mengadakan *riding* (berkendara motor di jalanan) kemanusiaan setiap melihat ada sasaran donasi. Tidak hanya *riding* (berkendara motor di jalanan) kemanusiaan, komunitas *Riding Santuy* Boyolali juga rutin melaksanakan *riding* (berkendara motor di jalanan) sebulan sekali. Kegiatan pada Komunitas *Riding Santuy* ini diadakan setiap satu bulan sekali, dengan kegiatan *sunmori* (sunday morning ride), *riding* berkendara motor di jalanan) (dan juga aksi amal, dan mencari tujuan aksi dari *riding* (berkendara motor di jalanan) kemanusiaan.

Fakta kelompok-kelompok motor sering ditujukan dengan kebersamaan dan kekompakan mereka. Berbicara tentang komunitas motor mengingatkan kita kepada segerombolan orang-orang yang suka ugal-ugalan dan kebut-kebutan di jalan. Kebersamaan yang mereka tunjukkan menjadi salah satu bukti bahwa dalam komunitas harus ada kepercayaan dan kebersamaan. Kepedulian terhadap lingkungan sekitar juga ditunjukkan dengan adanya memberi dan membantu saudara yang lebih membutuhkan.

Kesuksesan sebuah organisasi maupun kelompok sangat dipengaruhi oleh kapabilitas dan kompetensi pada masing-masing individual, dan faktor kerjasama antar tim pada organisasi maupun kelompok. Dalam menjalin kerjasama yang baik untuk mencapai suatu tujuan diperlukannya sebuah komunikasi. Suatu komunikasi dapat berjalan dengan efektif karena adanya sebuah strategi dalam komunikasi. Strategi komunikasi menjadi penentuan keberhasilan dalam komunikasi. Menurut Effendy 2016, pada setiap komunikasi memiliki proses komunikasi. Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2016)

Menurut Barlian, 2012 menyebutkan proses komunikasi memiliki beberapa unsur yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan juga efek. Untuk mencapai sebuah komunikasi yang efektif pada sebuah organisasi diperlukan strategi komunikasi yang baik, agar komunikasi tersampaikan dengan baik dan benar tanpa adanya kurang dari si penerima pesan. Komunikasi dapat diartikan sebagai sebuah proses penyampaian pesan dan penerimaan informasi yang menjadi salah satu sumber daya untuk menjaga, memelihara, memajukan dan mengembangkan sebuah organisasi, komunitas maupun kelompok-kelompok tertentu (Barlian, 2012)

Komunikasi merupakan sebuah proses yang rumit. Sehingga diperlukan strategi komunikasi untuk mengurangi adanya penghambat dalam proses komunikasi. Strategi komunikasi digunakan untuk mengurangi adanya

hambatan dalam komunikasi, dan penerimaan pesan yang cenderung kurang. strategi merupakan sebuah rencana mengenai kegiatan yang mencapai sasaran, sedangkan komunikasi merupakan pengirim dan penerimaan pesan atau informasi dari satu orang ke orang lain sehingga pesan dapat dipahami. (Rokhim et al., 2022)

Strategi komunikasi memiliki makna yang luas namun tujuan dari adanya strategi komunikasi sama yaitu agar informasi dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh sasaran. Melalui strategi di harapkan lebih efektif dan efisien dalam menemukan jalan tercepat dan paling tepat dalam mencapai tujuan pesan. Tujuan strategi komunikasi sendiri yaitu meningkatkan efektivitas komunikasi, membantu tercapainya tujuan komunikasi meliputi ketepatan target sasaran efek yang akan ditimbulkan serta *feedback* yang di harapkan, meningkatkan efektifitas pesan dalam komunikasi. dan mengurangi potensi hambatan komunikasi sehingga dapat menjadi peluang mengurangi kegagalan.

Pada penelitian ini peneliti memilih strategi komunikasi sebagai subyek utama karena dalam sebuah komunikasi apalagi dalam komunikasi sebuah organisasi maupun komunitas perlu menggunakan strategi komunikasi yang efektif agar mengurangi adanya *miscommunication* dalam komunikasi, sehingga pesan yang diterima oleh komunikan dapat diterima dengan baik dan efektif.

Komunitas motor sering kali di nilai buruk oleh masyarakat. Komunitas motor dikenal dengan ugal-ugalan dan urakan. Memiliki nilai yang diburuk dimata masyarakat. Masyarakat menilai setiap komunitas motor itu terkesan dengan hal-hal yang buruk. Berkembangnya komunitas motor di berbagai wilayah, dan sudah banyak terjadi kejadian-kejadian yang muncul seperti tawuran antar komunitas motor yang mengakibatkan kerusakan tidak secara fisik saja namun juga merusak fasilitas umum. Aksi ugal-ugalan dan balapan liar di jalanan sehingga banyak masyarakat yang memandang komunitas motor itu buruk dan resah akan kehadiran komunitas motor.

Banyaknya kejadian motor yang membuat resah masyarakat. Banyaknya kegiatan yang anarkis yang terjadi akibat komunitas motor membuat citra komunitas motor menjadi buruk. Komunitas *Riding Santuy* hadir di tengah-tengah masyarakat dengan kegiatan yang positif. Komunitas motor yang di kenal dengan kegiatan yang *negative*, kini komunitas *Riding Santuy* hadir dengan tujuan untuk menajak generasi muda agar lebih peduli terhadap masyarakat yang membutuhkan.

Masyarakat yang sering kali memandang anak motor itu negative, melalui *Riding Santuy* Boyolali mencoba tambil berbeda dengan selalu melaksanakan kegiatan disetiap bulannya dengan *Riding* (berkendara motor di jalanan), *Sumori* (Sunday morning ride), dan yang lain sebagainya berakhir dengan kegiatan open donasi, aksi kemanusiaan. Pada komunitas *Riding Santuy*

Boyolali tidak hanya bersenang-senang dengan hobi yang sama namun juga selalu melakukan kegiatan yang bermanfaat untuk masyarakat.

Kegiatan-kegiatan yang positif inilah komunitas *Riding Santuy* Boyolali membangun kepercayaan masyarakat terhadap komunitas motor, bahwa komunitas motor tidak selalu berkegiatan yang buruk-buruk. Namun komunitas motor juga memiliki kegiatan yang positif dan baik. Sehingga komunitas motor perlu memperbaiki pandangan masyarakat terhadap komunitas motor, untuk mendapatkan citra positif dari masyarakat.

Komunitas *Riding Santuy* selalu mengadakan rutinan bulanan, *riding* (berkendara motor di jalanan) kemanusiaan dengan tujuan membantu masyarakat di Kabupaten Boyolali yang kurang dalam perihal perekonomian. Tidak hanya itu *riding* (berkendara motor di jalanan ) kemanusiaan juga ditujukan kepada yatim piatu, fakir miskin dan lain-lain. Sehingga tidak hanya kegiatan berkumpul dengan hobi yang sama, namun juga memiliki tujuan untuk membantu kepada masyarakat yang lebih membutuhkan.

Kegiatan *riding* (berkendara motor di jalanan ) juga bertujuan untuk dapat mempererat silaturahmi dan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat baik untuk anggota komunitas maupun orang lain. Membangun *image positive* di lingkungan masyarakat sangat perlu dilakukan. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memiliki strategi tersendiri dalam membangun *image positive* di masyarakat. Hal ini juga dipengaruhi oleh bagaimana mereka berkomunikasi,



karena komunikasi sangatlah penting dalam kehidupan sehari-hari, dimana dalam komunikasi bertujuan untuk menyampaikan apa yang diharapkan oleh komunitas *Riding Santuy* dalam tujuannya yaitu untuk menambah silaturahmi dan juga membantu saudara yang membutuhkan (Firmansyah & Oktaviani, 2018)

Berdasarkan hal tersebut maka fokus penelitian adalah “Bagaimana strategi komunikasi pada komunitas *Riding Santuy* dalam memperbaiki citra positif di masyarakat dengan menekankan pada aspek strategi komunikasi yang ada pada komunitas.

Dari latar belakang masalah diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai strategi komunikasi komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam meningkatkan kesadaran bersedekah. Dalam artian bagaimana cara komunitas *Riding Santuy* Boyolali memperbaiki citra positif di masyarakat pada setiap bulannya di Kabupaten Boyolali.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang peneliti paparkan diatas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali tidak memiliki aturan tertulis yang mengikat setiap anggota yang bergabung dalam komunitas tersebut.
2. Masyarakat di Kabupaten Boyolali masih banyak memandang komunitas motor itu buruk.

3. Jumlah orang yang mengikuti kegiatan *Riding Santuy* Boyolali, sering mengalami pasang surut keanggotaan karena kondisi dan situasi.

### **C. Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah, agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan peneliti dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian tercapai. Agar permasalahan dalam penelitian ini tidak terlalu luas dan lebih spesifik sehingga harapannya peneliti akan mendapatkan hasil yang sesuai dari rencana penelitian, maka penelitian ini difokuskan pada Strategi Komunikasi pada Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam Memperbaiki Citra Positif di Masyarakat.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang peneliti paparkan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu Bagaimana strategi komunikasi pada komunitas *Riding Santuy* di Boyolali dalam memperbaiki citra positif di masyarakat?

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pada komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam memperbaiki citra positif di masyarakat.

## **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat teoritis dan praktis. Manfaat yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

### 1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan referensi pada bidang ilmu komunikasi, terutama yang berkaitan dengan strategi komunikasi komunitas.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai strategi komunikasi komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam meningkatkan kesadaran bersedekah.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung kepada peneliti tentang strategi komunikasi komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam meningkatkan kesadaran bersedekah.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Komunikasi Organisasi**

###### **a. Pengertian Komunikasi Organisasi**

Komunikasi merupakan sebuah bagian penting dari aktivitas manusia, yang mana manusia merupakan makhluk sosial. Komunikasi adalah suatu proses dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan media tertentu untuk membuat informasi yang sama diantar keduanya, dan informasi yang diterima dapat memberikan efek tertentu kepada komunikan. Komunikasi biasanya dilakukan melalui lisan dan verbal sehingga dapat diterima oleh kedua belah pihak. Komunikasi juga dilakukan melalui bahasa isyarat atau biasa disebut dengan komunikasi non verbal.

Komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi diantara dua orang atau lebih di waktu yang sama dan terdapat pesan yang disampaikan. Komunikasi tidak hanya dilakukan secara tatap muka langsung, namun bisa dilakukan melalui media massa ataupun media sosial.

Komunikasi sangat diperlukan dalam sebuah organisasi. Organisasi kecil yang memiliki anggota hanya tiga orang akan lebih mudah daripada dengan proses komunikasi yang anggotanya seribu orang. Organisasi semakin besar dan kompleks maka akan menyebabkan semakin kompleks pula proses komunikasinya.

Organisasi adalah sebuah tempat untuk sekelompok orang yang bekerja sama secara rasional serta sistematis yang dipimpin dan terstruktur untuk mencapai tujuan tertentu, dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di dalamnya.

Organisasi merupakan suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang dengan tujuan untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hirarki otoritas dan tanggung jawab. Organisasi menjadi sistem yang mengkoordinasi aktivitas dan mencapai tujuan umum. Disebut dengan suatu system karena organisasi itu terdiri dari berbagai bagian yang saling bergantung satu dengan lainnya. Bila satu bagian terganggu maka akan berpengaruh dengan bagian lainnya.

Menurut Chester Irving Barnard dalam Andre Hardjana, 2016 menjelaskan hakikat organisasi dengan definisi sebagai berikut, Organisasi formal diberi definisi sebagai sebuah sistem kegiatan-kegiatan atau daya-daya dari dua orang atau lebih yang dikoordinasi secara sadar. Dalam definisi tersebut memiliki pengertian secara

cermat dan lengkap. *Pertama*, dijelaskan bahwa sebuah organisasi adalah sebuah sistem. Kata sistem menunjukkan adanya sebuah kesatuan yang terdiri dari bagian-bagian atau subsistem terdiri dari dua buah atau lebih, yang memiliki hubungan yang saling ketergantungan.

Kedua, dalam kalimat kegiatan-kegiatan atau daya-daya itu dikoordinasi. Kata koordinasi mencakup banyak hal dalam sebuah organisasi, koordinasi berarti komunikasi yang menintegrasikan kegiatan-kegiatan yang berbeda menjadi kerja sama, setelah terjadi kerja sama mengarahkan kerja sama tersebut pada sebuah tujuan, tujuan mempunyai implikasi hirarki sebab, tidak pengintegrasikan dan pengarahan hanya dapat dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kedudukan lebih tinggi dalam struktur hirarki.

Ketiga, kalimat bagian-bagian dari sistem tersebut, dapat diartikan kegiatan-kegiatan atau daya-daya dan bukan orang-orang. Sebagai bagian dari sistem kegiatan itu berbeda-beda dan dilakukan oleh dua orang bahkan lebih. Sehingga dalam sebuah organisasi setidaknya terdapat dua buah kegiatan yang berbeda, tetapi tetap berhubungan secara independent.

Keempat, ungkapan dengan sadar, dapat diartikan disengaja, mempunyai alasan atau tujuan. Sehingga ungkapan koordinasi

dengan sadar dapat diartikan sebuah kegiatan diintegrasikan dan diarahkan pada tujuan melalui sebuah komunikasi. (Hardjana, 2016)

Definisi organisasi menurut Barnadr diatas dapat disimpulkan bahwa konsep sebuah organisasi mengandung lima unsur penting yang perlu dijalankan yaitu sistem, kegiatan, komunikasi, hirarki, dan juga tujuan.

Menurut Wayne Faules, 2015 sebagian orang menganggap organisasi merupakan sebagai suatu objek yang menarik dan menyenangkan. Tujuan utama mereka yaitu untuk memahami organisasi dengan mendeskripsikan komunikasi organisasinya, memahami kehidupan organisasi, dan menemukan bagaimana kehidupan organisasi terwujud melalui komunikasi. Pada intinya adalah bagaimana suatu organisasi dikonstruksi dan dipelihara melalui proses komunikasi. (Wayne, Faules. 2015)

Komunikasi organisasi membantu personal dalam menyelesaikan tugas yang berkaitan dengan tanggung jawab dan peran khusus pada sebuah organisasi, menyesuaikan diri pada perubahan melalui kreativitas dan adaptasi personal dan organisasi, mengembangkan hubungan pesan seseorang diarahkan pada orang-orang didalam organisasi, sikap, moral, kepuasan dan pemenuhan mereka, dan menyelesaikan tugas.

Harold guestzkow dan Everett M. Rogers dalam Hardjana, 2016 mendefinisikan komunikasi organisasi adalah sebuah komunikasi yang terbatas dengan komunikasi internal organisasi. Namun, sebagai istilah pada teknis, komunikasi pada organisasi juga mencakup pengertian sama dengan komunikasi organisasi yaitu komunikasi internal organisasi, komunikasi eksternal, dan komunikasi antara organisasi dengan lingkungan. Komunikasi menurut Guestzkow yaitu sekain berfungsi sebagai jaringan yang menyambungkan anggota-anggota organisasi menjadi satu kesatuam, sistem komunikasi berfungsi sebagai alat yang membuat sebuah organisasi mengkait pada lingkungannya. (Hardjana, 2016)

Menurut Everett M Rogers dalam Hardjana, 2016 komunikasi organisasi dalam bukunya *Communication in Organizations* mendefinisikan komunikasi organisasi merupakan sebuah proses penyampaian ide dari seseorang sumber kepada penerima dengan tujuan untuk mengubah perilakunya. Komunikasi di dalam organisasi dan komunikasi antara organisasi dengan lingkungannya bersama-sama membentuk sebuah komunikasi yang biasa disebut dengan komunikasi organisasi. (Hardjana, 2016)

Komunikasi organisasi lebih berfokus pada membangun hubungan dan berinteraksi dengan anggota organisasi baik internal dan publik internal yang tertarik. Komunikasi dapat terjadi kapanpun,



komunikasi diantara anggota-anggota suatu organisasi, komunikasi organisasi menganalisis yang bersangkutan dengan penelaahan atas banyak transaksi yang terjadi secara simultan.

Menurut Atmaja dan Dewi, 2018 komunikasi organisasi adalah sebuah proses penciptaan atau menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang bergantung satu sama lain, untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti maupun lingkungan yang berubah-ubah. Organisasi dan kelompok bergantung pada komunikasi efektif untuk melakukan semua fungsi, termasuk perencanaan, mengarahkan, mengendalikan, pengambilan keputusan dan pelaksanaan keputusan serta tujuan (Atmaja & Dewi, 2018)

Menurut Zamzami dan Sahana, 2021 Komunikasi organisasi sebagai proses penciptaan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan, yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti dan berubah-ubah (Zamzami, & Sahana, 2021). Pada dasarnya komunikasi alat komunikasi organisasi yang penting dan sukses sebagai dasar keberhasilan secara abadi dalam profesional. Komunikasi dimana-mana dan bidang komunikasi telah menjadi sangat luas. Aktivitas masyarakat, individu, maupun kolektif, berputar di sekitar informasi yang dikirim, diterima, ataupun dianalisis.

Berdasarkan definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan ataupun informasi dari satu orang ke orang lain dalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk menciptakan komunikasi yang baik dan efektif.

Adapun pada penelitian ini, peneliti menggunakan komunikasi organisasi dengan menggunakan tokoh Gerald M. Goldhaber dalam Hardjana, 2016 yaitu komunikasi organisasi merupakan proses penciptaan dan pertukaran pesan-pesan di dalam sebuah jaringan hubungan yang saling ketergantungan yang bertujuan untuk mengatasi ketidak pastian pada lingkungan. (Hardjana, 2016)

#### **b. Fungsi Komunikasi di dalam Organisasi**

Komunikasi sangatlah penting dalam hubungan pada pekerjaan yang ditunjukan oleh banyaknya waktu yang dipergunakan untuk berkomunikasi. Dengan adanya komunikasi pada organisasi dapat memberikan peran dalam hal proses pengambilan keputusan. Secara umum, fungsi komunikasi pada organisasi menurut Lee Thayer dalam Hardjana, 2016 sebagai berikut :

##### 1) Fungsi Informasi (*Information function*)

Organisasi dapat di pandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi. Dalam hal ini seluruh anggota pada

suatu organisasi memiliki harapan dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, baik, dan tepat waktu. Informasi yang di dapatkan memungkinkan anggota organisasi bisa melakukan pekerjaannya secara lebih pasti.

2) Fungsi Perintah dan Instruksi (*Command and Instructive Functions*)

Fungsi perintah dan instruksi berkaitan dengan banyaknya peraturan yang berlaku dalam organisasi. Ada dua hal yang mempengaruhi pada fungsi perintah dan instruksi yaitu:

- a) Berkaitan dengan pesan, yaitu pesan regulatif yang pada dasarnya berorientasi pada kinerja. Maksudnya, bawahan membutuhkan kepastian pada peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh dilakukan.
- b) Berkaitan dengan orang yang berada dalam tatanan manajemen, yaitu mereka yang mempunyai wewenang untuk mengendalikan semua informasi yang di sampaikan, dan memberi perintah atau instruksi supaya perintah-perintahnya dapat di lakukan dengan baik.

### 3) Fungsi Integrasi (*Integrative Functions*)

Setiap organisasi berusaha untuk memberikan saluran atau media yang memungkinkan anggotanya dapat melaksanakan tugas dan pekerjaannya dengan baik. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut yaitu saluran komunikasi formal dan saluran komunikasi informal.

### 4) Fungsi Pengaruh dan Persuasi (*Influence and Persuasive Functions*)

Dalam kegiatan mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu memberikan hasil yang sesuai dengan yang di harapkan. Dengan adanya kegiatan ini, banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Karena, pekerjaan yang di lakukan secara sukarela oleh anggota organisasi akan memberikan hasil kepedulian yang lebih besar di bandingkan jika pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya. (Hardjana, 2016)

Fungsi penting komunikasi organisasi juga dikemukakan oleh W. Charles Redding dalam Hardjana, 2016 yaitu :

- 1) Fungsi tugas yaitu sebagai fungsi dalam bidang kerja, operasional dan produksi

- 2) Fungsi pemeliharaan yaitu sebagai fungsi dalam bidang pengaturan dan kebijakan pada organisasi.
- 3) Fungsi hubungan manusiawi yaitu sebagai fungsi bidang pada relasi, kepuasaa dan moral.

Fungsi komunikasi di dalam organisasi juga dijelaskan oleh Sule dan Kurniawan dalam Gandasari dkk, 2021 sebagai berikut :

- 1) Proses komunikasi pada organisasi dapat dikatakan efektif jika adanya keterlibatan orang-orang oada organisasi berinteraksi untuk melakukan komunikasi.
- 2) Proses komunikasi adalah di saat melakukan pemberian informasi, ide, gagasan maupun pengertian kepada di penerima, maka orang yang melakukan komunikasi juga harus memahami terlebih dahulu tentang informasi, ide, yang disampaikan kepada penerima pesan. (Gandasari et al., 2021)

## **2. Strategi Komunikasi**

### **a. Pengertian Strategi Komunikasi**

Strategi merupakan suatu taktik, metode siasat yang digunakan pada aktivitas berdakwah. Strategi diadakan untuk mengamati secara

terkhusus dan hati-hati pada suatu kelompok maupun individu. Sehingga seseorang bisa memilih tindakan-tindakan yang efektif yang akan dipakai. Menurut Kustadi Suhandang dalam bukunya “Strategi Dakwah” strategi merupakan suatu proses berpikir yang mencakup apa yang disebut pengamat simultan dan pemusatan perhatian (Suhandang, 2014).

Kata strategi dari kata Yunani yaitu “*stratos*” yang memiliki arti antara dan kata “*agein*” yang memiliki arti memimpin. Strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan para praktisi. Ketika menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan dengan sejumlah permasalahan. Strategi komunikasi merupakan kombinasi terbaik dari elemen-elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, medi (saluran), penerimaan sampai pada pengaruh atau efek yang dirancang untuk mencapai tujuan pada komunikasi yang optimal.

Setiap kelompok maupun komunitas memiliki strategi-strategi tersendiri dalam memajukan komunitasnya, mulai dari strategi yang sederhana sampai strategi-strategi brilian. Aktivitas strategi pada setiap komunitas atau organisasi berkaitan dengan usaha mengembangkan suatu tim kerja sama atau kelompok orang dalam satu kesatuan, dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan tertentu dalam organisasi yang sudah ditetapkan (John, 2016).

Para ahli berbeda pendapat dalam mendefinisikan pengertian strategi komunikasi. Namun, pada dasarnya pengertian yang mereka sampaikan mempunyai inti pengertian yang sama. Berikut beberapa pengertian strategi komunikasi menurut para ahli.

Joseph devito dalam Onong, 2005 mendefinisikan strategi komunikasi adalah penerapan beberapa rencana untuk mengontrol orang lain melalui interaksi komunikasi, biasanya dengan cara manipulasi dan memberikan dorongan sikap defentif. Strategi merupakan lawan dari spontanitas yang serba mendadak. Menurut Stephen Robbins strategi komunikasi adalah penentu tujuan dan arah sikap serta persiapan unyuk mendapatkan hal-hal yang diperlukan dalam jangka Panjang (Onong, 2005).

Fezh da Kasper dalam Zamzami dan Sahana, 2021 mendefinisikan strategi komunikasi merupakan sudut pandang dari “psikolinguistik”. Strategi komunikasi menurut mereka adalah rencana yang disusun secara sadar untuk menyelesaikan suatu hal yang dianggap menjadi permasalahan oleh individu dalam mencapai tujuan komunikasi tersebut. Strategi komunikasi merupakan salah satu wacana yang menggunakan gagasan “*antidional relevance*”. (Zamzami, & Sahana, 2021)

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi atau

*communication planning* dan manajemen komunikasi atau *communication management* untuk mencapai tujuan komunikasi. Maka dari itu, strategi komunikasi harus bisa memperjelas dan mengarahkan secara teknis apa saja yang perlu dilakukan. (Effendy, 2005)

Strategi komunikasi pada hakikatnya merupakan perencanaan (*planning*) komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, namun harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Begitu juga dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

Joseph Devito dalam Zamzami dan Sahana, 2021 mendefinisikan pengertian strategi komunikasi merupakan penerapan beberapa rencana untuk mengontrol orang lain melalui komunikasi, dengan cara ini biasanya dapat memanipulasi dan memberikan dorongan sikap defentif. Strategi adalah lawan dari spontanitas yang serta mendadak. (Zamzami, & Sahana, 2021)

Anwar Arifin dalam Zamzami dan Sahana, 2021 mendefinisikan, strategi komunikasi merupakan perhitungan kondisi dan situasi yang



sedang dihadapi dan yang akan dihadapi, untuk mencapai tujuan efektivitas. (Zamzami, & Sahana, 2021)

Berdasarkan definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah suatu cara untuk mengatur pelaksanaan dalam proses komunikasi, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga pada tahap evaluasi untuk mencapai sebuah tujuan.

#### **b. Komponen Komunikasi dan Strategi Komunikasi.**

Komunikasi dapat dilakukan pada skala yang lebih besar oleh sebuah organisasi dengan tujuan dan target tertentu, sehingga penerapan strategi komunikasi perlu untuk dilakukan dalam menentukan tahapan-tahapan yang tepat dalam mencapai tujuan tersebut.

Strategi merupakan suatu proses yang menentukan arah yang perlu dituju oleh organisasi untuk memenuhi misinya. Komponen yang harus diperhatikan dalam strategi komunikasi, menurut Anwar Arifin antara (Zamzami, & Sahana, 2021):

##### **a. Mengenal Khalayak**

Komponen pertama yang perlu diperhatikan oleh komunikator dalam menyampaikan komunikasinya yang efektif adalah dengan mengenal khalayak yang akan dihadapi. Sebagai seorang komunikator harus menyesuaikan dengan khalayak yang akan

menerima pesan. Dalam proses komunikasi yang berlangsung komunikator dapat bertukar peran menjadi komunikan, sehingga mereka dapat saling mempengaruhi

Pada proses komunikasi, komunikator maupun komunikan mempunyai kepentingan yang sama. Tanpa kepentingan yang sama, komunikasi tidak mungkin berlangsung. Agar mencapai komunikasi yang baik, komunikator harus bisa menciptakan persamaan kepentingan dengan komunikan terutama pada pesan, metode dan media. Ada tiga hal yang perlu diketahui tentang karakteristik komunikan. Pertama, mengetahui seberapa pengetahuan komunikan ramai terkait pokok permasalahan yang akan disampaikan. Kedua, menggunakan media yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Ketiga, penyesuaian kata yang digunakan kepada komunikan ramai, agar pesan yang disampaikan lebih mudah diterima. (Zamzami, & Sahana, 2021)

#### b. Menyusun Pesan

Menyusun pesan dilakukan setelah mengenal komunikan, Menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi yang akan disampaikan. Pesan yang baik adalah pesan yang dapat mempengaruhi komunikan dan mampu membangkitkan perhatian. Memilih kata-kata yang mudah dipahami oleh komunikan.

Menggunakan berbagai symbol maupun pernik-pernik untuk menarik perhatian khalayak dan lain-lain.

Anwar Arifin menyatakan bahwa dalam menentukan tema dan materi maupun isi pesan yang akan dilakukan kepada khalayak di sesuaikan dengan kondisi khalayak. Sehingga biasa dikenal dua bentuk penyajian permasalahan yaitu bersifat *one side issue* (sepihak) dan *both side issue* (kedua belah pihak).

#### c. Menentukan Metode

Efektivitas komunikasi tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan yang sesuai dengan kondisi khalayak namun, juga dipengaruhi oleh metode penyampaian yang digunakan. Metode penyampaian pesan dapat dilihat dengan dua aspek yaitu

1. Menurut cara pelaksanaannya, merupakan melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatiannya dari isi pesan.
2. Menurut bentuk isinya, merupakan aspek melihat komunikasi dari bentuk pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang disampaikan.

#### d. Pemilihan media

Komponen yang terakhir yaitu pemilihan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Pemilihan media komunikasi pada

strategi komunikasi disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta Teknik komunikasi yang digunakan. (Luas et al., 2020)

Media-media yang digunakan menyesuaikan dengan keadaan dan khalayak sasaran. Agar pesan yang disusun dapat tersampaikan dengan efektif dan sesuai dengan isi pesan.

Menurut R wayne Pace dalam *Techniques for effective communication*, tujuan strategi komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama yaitu *to secure understanding, to establish acceptance, and to motivate action*. (Pace et al., 2005)

Menurut Ruslan, menyatakan agar suatu strategi dapat efektif dalam mencapai tujuannya, maka harus mencakup pada hal objektif, memelihara inisiatif, konsentrasi, dan fleksibilitas.

Adapun penelitian ini mengambil teori strategi komunikasi Anwar Arifin dengan komponen strategi komunikasi yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode dan pemilihan media.

### **3. Citra**

#### **a. Pengertian Citra**

Citra merupakan tujuan pokok dalam suatu organisasi maupun kelompok. Pengertian citra sangat abstrak, tetapi wujudnya dapat

dirasakan seperti tanda respect dan rasa hormat dari public sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap organisasi atau kelompoknya. Menurut Rosadi Ruslan dalam skripsi Sholichah, 2018 citra merupakan tujuan utama dan menjadi sebuah reputasi dan prestasi pada dunia public relation. (Sholichah et al., 2018)

Citra sebagai gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra merupakan dunia menurut persepsi. Secara umum citra dapat diartikan sebagai gambaran yang diperoleh dari lingkungan di sekitar maupun pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahuan tentang suatu objek.

Menurut Elvinaro, dalam bukunya “Komunikasi Massa Suatu Pengantar”, 2007 mendefinisikan citra merupakan pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda. Kesan, perasaan, gambaran dari public terhadap perusahaan. Kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Dengan sendirinya citra akan terbentuk baik dngan sengaja maupun tidak agar bernilai positif (Elvinaro, 2007)

Menurut Webster dalam Satlina, 2018 mendefinisikan citra merupakan gambaran mental atau konsep tentang suatu. Kotler mendefinisikan citra merupakan jumlah dari keyakinan-keyakinan,

gambaran, dan kesan-kesan yang dimiliki seseorang pada suatu obyek. Obyek yang dimaksud yaitu berupa orang, organisasi, maupun kelompok orang. Apabila obyek itu adalah organisasi, maka seluruh keyakinan, gambaran dan kesan atas organisasi dari seseorang merupakan citra. Citra suatu organisasi yaitu mempresentasikan nilai-nilai seseorang dan kelompok masyarakat yang memiliki hubungan dengan organisasi tersebut. (Satlina, 2018)

Citra menurut Rosady Ruslan dalam Apriananta dan Wijaya, 2018 yaitu suatu tujuan utama, dan menjadi reputasi dan prestasi yang akan dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (humas) atau public relation. Sedangkan pengertian citra menurut Onong dalam bukunya hubungan masyarakat yaitu citra merupakan pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang memiliki kepentingan pada kelompok yang berbeda-beda. (Apriananta & Wijaya, 2018)

Citra merupakan bagaimana cara pandang lingkungan kepada kita. Perusahaan atau organisasi dan orang-orang yang mengelolanya sangat sensitive dalam menghadapi publik mereka yang sangat kritis. Maka dari itu, banyak perusahaan maupun lembaga sangat memahami pentingnya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi sebuah perusahaan maupun

organisasi, tidak hanya ingin melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan public yang negatif.

Citra merupakan perasaan, gambaran diri khalayak terhadap perusahaan, organisasi maupun lembaga. Kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang maupun organisasi. Membangun citra positif merupakan sebuah kebutuhan pada setiap organisasi, maka upaya tersebut harus dilakukan hingga reputasi sebuah organisasi dapat dicapai sesuai yang diinginkan. (Agama et al., 2021)

Citra menurut Frank Jefkins yang dalam Ardianto dalam buku Dasar-dasar Public Relations mengatakan bahwa Citra adalah kesan seseorang atau individu terhadap sesuatu yang muncul sebagai hasil dari suatu pengetahuan dan pengalamannya. Citra merupakan kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan (Jefkins dalam Ardianto & soemirat, 2004)

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui suatu citra seseorang kepada sebuah objek dapat diketahui dari sikapnya kepada objek tersebut. Efek kognitif yang timbul dari komunikasi sangat mempengaruhi suatu proses pembentukan citra

seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diberikan oleh seseorang.

Adapun penelitian ini mengambil teori citra menurut Frank Jefkins yaitu Citra merupakan kesan seseorang atau individu terhadap sesuatu yang muncul sebagai hasil dari suatu pengetahuan dan pengalamannya. Citra merupakan kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan

Berdasarkan pengertian citra di atas, penenliti menyimpulkan bahwa citra merupakan suatu persepsi masyarakat kepada jati diri sebuah perusahaan, lembaga, maupun organisasi. Citra yang baik merupakan masyarakat maupun public memiliki kesan positif dengan suatu organisasi, sedangkan citra yang buruk merupakan masarakat maupun public memiliki kesan negatif kepada sebuah organisasi.

#### **b. Faktor Pembentuk Cira**

Menurut Frank Jefkins dalam Gassing dan Suryanto, 2016 Sebuah citra akan terbentuk dengan beberapa faktor seperti halnya citra dalm organisasi. Pada sebuah perusahaan terdapat faktor pembentuk citra, citra terbentuk dari beberapa macam faktor. Faktor pembentuk citra ini biasanya digunakan pada citra suatu perusahaan. Namun pada



penelitian ini digunakan untuk pembentuk citra organisas yang bersifat sosial. Adapun faktor pembentuk citra, antara lain :

1) Identitas Fisik

Identitas fisik pada sebuah organisas maupun individu dapat dilihat dari pengenalan viual, media, atau audio komunikasi yang digunakan oleh organisasi tersebut. Pengenalan visual, seperti nama, logo, dan tempat suatu organisasi. Pengenalan audio, seperti sebuah organisasi memiliki jingle atau lagu yang encerminkan ciri khas dri organisasi tersebut.

2) Kualitas Hasil, Mutu dan Pelayanan

Sebuah produk yang sudah dirancang, baik berupa barang maupun jasa, merupakan mencerminkan kualitas dari manajemen. Untuk menunjang hasil kebaikan mutu dimata konsumen, organisasi maupun perusahaan harus berupaya memaksimalkan pelayanan yang ada.

3) Aktivitas dan Pola Hubungan

Aktivitas dan pola hubungan pada faktor pembentuk citra merupakan aktivitas dan pola hubungan dengan indididu jaringan dan sumber daya diluar organisasi maupun perusahaan yang mencerminkan citra dari sebuah organisasi (Gassing dan Suryanto, 2016)

Setiap organisasi maupun sebuah instansi ingin memiliki citra yang baik dimata publik, begitu pula dengan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali. Citra yang diperoleh dapat memiliki persepsi yang berbeda-beda bagi setiap orang. Citra dapat berdampak negatif dan juga positif. Maka dari itu untuk mendapatkan citra yang baik pada sebuah organisasi maupun instansi harus mempunyai keunggulan-keunggulan dan kegiatan yang dilakukan dalam menyebarkan informasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori citra menurut Frank Jefkins yaitu Citra merupakan kesan seseorang atau individu terhadap sesuatu yang muncul sebagai hasil dari suatu pengetahuan dan pengalamannya. Citra merupakan kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan. Penelitian ini juga melihat faktor-faktor pembentuk citra.

## **B. Kajian Pustaka**

1. Jurnal, Penulis Yudi Firmansyah dan Femi Oktaviani Tahun 2018. Dengan Judul Strategi Komunikasi Komunitas Pungklung Dalam Membangun Citra Positif di Masyarakat. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis strategi komunikasi pada komunitas punklung dalam membangun citra positif masyarakat di Parakan Muncung Kabupaten Sumedang, dengan menekankan dalam aspek perencanaan pesan, pemilihan media dan pendekatan komunikasi. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, yaitu peneliti meneliti permasalahan secara mendalam dan

mencari informasi sebanyak-banyaknya dengan metode pengumpulan data yang terdapat dalam penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan pendekatan studi kasus, yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif mengenai latar belakang masalah keadaan dan posisi dalam peristiwa yang sedang berlangsung saat ini, dan interaksi lingkungan unit social tertentu yang bersifat apa adanya.

2. Jurnal Fakultas Teknik Universitas Diponegoro, Penulis Destima Nursylva Anggraningrum, Tahun 2014. Dengan Judul Strategi Komunikasi Komunitas IndoRunners. Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu untuk melaksanakan kajian, menguraikan dan menjelaskan strategi komunikasi kampanye IndoRunners pada menyebarkan virus lari. Pada Penelitian ini menggunakan pendekatan metodologi kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, mendeskripsikan strategi komunikasi kampanye IndoRunners dalam menyebarkan virus lari tanpa mengoperasionalisasi atau menguji konsep strategi komunikasi kampanye pada realitas yang diteliti. Subjek penelitian ini adalah komunitas IndoRunners sebagai pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Dengan analisa data yang digunakan adalah analisa data penjadohan pola, yaitu membandingkan suatu pola yang didasarkan atas empiri dengan pola yang diprediksikan atau dengan beberapa prediksi alternative. Peneliti memfokuskan penjadohan pola pada strategi komunikasi yang digunakan oleh IndoRunners sesuai dengan konseptual teori.

3. Thesis Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Tahun 2022. Dengan Judul Strategi Komunikasi Komunitas Motor CBR Club Indonesia Palembang dalam Membentuk Citra Positif Kepada Masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk menunjukkan terhadap masyarakat bahwa komunitas CBR ini memang baik dan peduli pada sekitar. Kegiatan ini bertujuan untuk menjalin keakraban antar anggota dan keluarga anggota agar kelompok motor CBR Club Indonesia Palembang lebih dikenal dan diterima di masyarakat dengan baik. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana Strategi Komunikasi Komunitas Motor CBR Club Indonesia Palembang dalam Membentuk Citra Positif Kepada Masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan observasi lapangan, wawancara yang mendalam dan dokumentasi berupa foto, catatan, arsip tertulis lainnya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Image Restoration (TIR). Hasil penelitian ini diketahui bahwa menurut Eko Rowiansyah sebagai ketua komunitas strategi yang dilakukan yaitu dengan melakukan interaksi kepada masyarakat melalui kegiatan bakti sosial dengan disebar melalui Media Cetak ( Koran) dan Media Sosial (Instagram). Salah satu proses dalam mendekatkan komunitas motor CBR Club Indonesia Palembang yakni salah satunya dengan cara melakukan kepedulian sosial seperti membantu para korban bencana alam. Komunitas motor CBR turun langsung untuk membantu para korban.

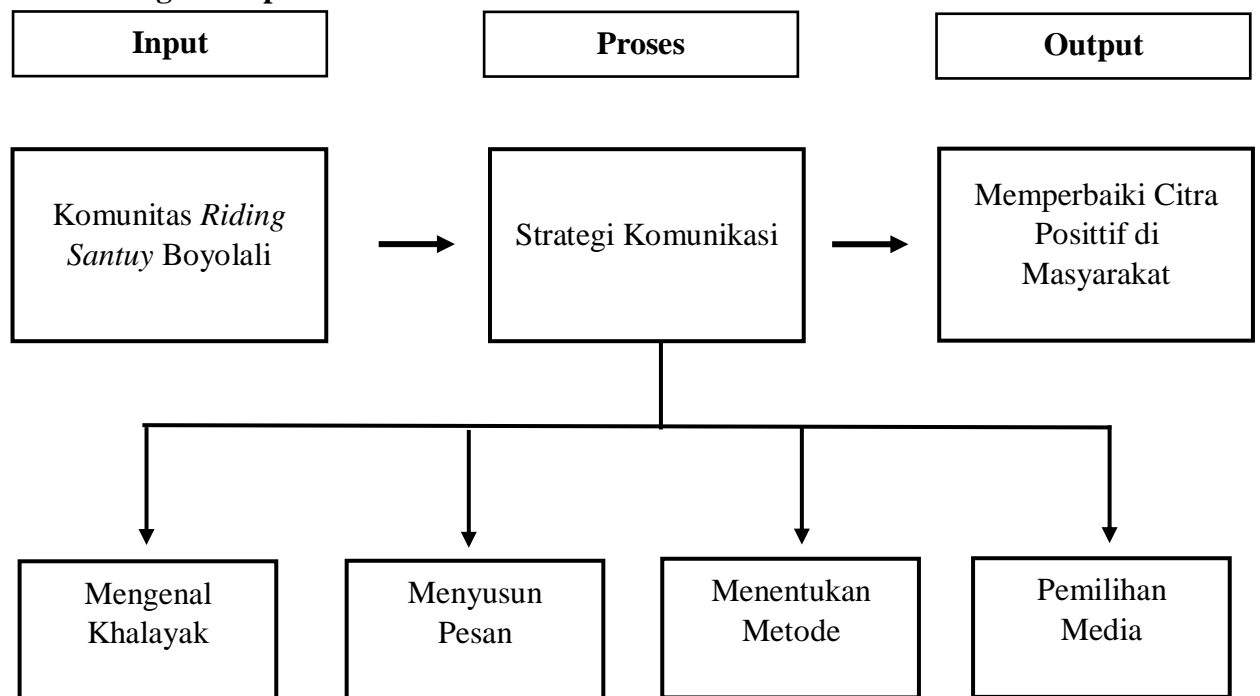
4. Skripsi Komunikasi dan Informatika Universitas Sebelas Maret Surakarta, Penulis Ani Wulandari, Tahun 2012. Dengan Judul Strategi Komunikasi Komunitas Klub Motor Dalam Pembentukan Citra. Komunitas klub motor berbeda dengan adanya genk motor yang saat ini meresahkan masyarakat. Masyarakat menganggap komunitas klub motor dan genk motor itu sama. Dalam hal ini peneliti ingin menjelaskan bahwa komunitas klub motor dan genk motor itu berbeda dan peneliti juga ingin membangun citra komunitas klub motor. Jika ditinjau lebih dalam terdapat pandangan masyarakat yang semakin negatif, mereka menganggap keberadaan komunitas klub motor itu meresahkan. Komunitas klub motor lebih cenderung ke kegiatan organisasi yang terarah dan mempunyai aturan-aturan yang ada dalam komunitas. Mereka lebih mengarah pada sport dan kegemaran mereka terhadap motor. Mudah mencirikan komunitas klub motor salah satunya yaitu tidak ugaltugalan dijalan dan tertib lalu lintas, walaupun masih ada klub-klub motor yang masih memiliki sifat arogan serta pengetahuan berlalu lintas yang minim. Komunitas motor memang berbeda dengan genk motor, genk cenderung keperkumpulan yang bebas dan tidak terarah tidak ada aturan yang mengikat seseorang yang ada dalam perkumpulan itu untuk menaatinya. Misalnya, genk motor lebih suka untuk ikut balap liar dari pada balap resmi yang diadakan oleh pemerintah setempat. Menurut mereka balap liar lebih menantang dan kepuasan hati mereka tercapai. Penyebab inilah yang membuat masyarakat memandang komunitas klub motor dengan

sebelah mata dan menganggap meresahkan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi komunitas klub motor dalam pembentukan citra. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Langkah-langkah analisis data yaitu observasi, wawancara, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menemukan bahwa komunitas klub motor juga mempunyai peran dalam masyarakat. Mereka selalu terkena musibah atau bencana.

5. Jurnal Komunikasi, Penulis Ananda Florentina Luas, Mariam Sundakh, dan J. W. Landan, Tahun 2020. Dengan Judul Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Menunjang Program Pengurangan Kemasan Plastik Pada Masyarakat Kelurahan Tosuraya Barat. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sampah plastik yang ada dimasyarakat sudah cukup meresahkan dan mencemari lingkungan tempat tinggal. Hal ini disebabkan oleh beredarnya sampah plastik disembarang tempat baik di selokan, di jalan, maupun di halaman rumah. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari Harrold D.Lasswell yaitu model komunikasi yaitu Who say's what in which channel to whom with what effect ( Siapa, apa, media, kepada siapa dan efek). Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini yakni 7 orang, Bupati Minahasa Tenggara, Kepala Kelurahan, Sekertaris, Staf dan beberapa masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi

Pemerintah yang dilakukan dalam hal pengurangan kemasan plastik yaitu dengan arahan dari Bupati untuk menginstruksikan para ASN, jajaran Kepala-kepala Dinas, Kepala Kelurahan dan Hukum Tua agar tidak lagi menggunakan air dalam kemasan tetapi sudah diganti dengan membawa tumbler. Dengan adanya Bank Sampah di Kelurahan Tosuraya Barat sangat membantu masyarakat dalam pengurangan sampah plastik karena sampah-sampah masyarakat bisa dijual kepada Bank Sampah. Dan secara umum dapat disimpulkan bahwa, dengan adanya program ini masyarakat sudah jarang menggunakan air dalam kemasan plastik dan mendapat keuntungan dengan adanya Bank Sampah.

### C. Kerangka Berpikir



**Tabel 2.1.** Kerangka Berpikir

Keterangan gambar :

Fokus pada penelitian ini yaitu Komunitas *Riding Santuy* Boyolali merupakan komunitas bermotor yang di ikuti oleh masyarakat umum biasanya di ikuti oleh anak-anak muda di Boyolali. Kelompok motor ini tidak hanya melakukan *sunmori*, *riding santuy* namun kegiatan komunitas ini setiap bulannya yaitu bersedekah. Kegiatan rutin bulan tersebut ditujukan kepada masyarakat di Kabupaten Boyolali yang kurang mampu, fakir miskin, yatim piatu dan orang-orang yang membutuhkan. Tujuan komunitas ini tidak hanya bersenang-senang dengan hobi yang sama, namun juga memperbaiki citra positif di kalangan masyarakat.

Proses yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan strategi komunikasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan strategi komunikasi menurut Anwar Arifin yang memiliki 4 komponen yaitu mengenal khalayak, Menyusun pesan, menentukan metode, dan pemilihan media.

Tidak hanya dengan strategi komunikasi namun peneliti menggunakan komunikasi organisasi dengan menggunakan komunikasi organisasi dengan tokoh Gerald M. Goldhaber yaitu komunikasi organisasi merupakan proses penciptaan dan pertukaran pesan-pesan di dalam sebuah jaringan hubungan yang saling ketergantungan yang bertujuan untuk mengatasi ketidak pastian pada lingkungan.



Hasil dalam pada penelitian ini yaitu memperbaiki citra positif di masyarakat. Teori citra menurut Farnk Jefkins Citra adalah kesan seseorang atau individu terhadap sesuatu yang muncul sebagai hasil dari suatu pengetahuan dan pengalamannya. Citra merupakan kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan, dan melihat dengan faktor-faktor pembentuk citra. Faktor pembentuk citra ini biasanya digunakan untuk citra perusahaan. Namun pada penelitian ini digunakan untuk citra organisasi yang bersifat sosial. Dengan adanya komunitas *Riding Santuy Boyolali* yang memiliki kegiatan bulanan aksi kemanusiaan, menjadikan masyarakat Boyolali untuk memiliki pemahaman kepada komunitas motor, bahwa komunitas motor itu memiliki kegiatan yang positif, sehingga penilaian kepada komunitas motor itu baik tidak hanya dipandang buruk saja.

### BAB III

#### METODOLOGI PENELITIAN

##### A. Tempat dan Waktu Penelitian

###### 1. Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di Kabupaten Boyolali, menyesuaikan kegiatan yang sedang berlangsung. Tempat ini dipilih karena menjadi tempat biasa komunitas *Riding Santuy* berkumpul, sehingga akses terhadap informan akan lebih mudah dan penelitian dapat dilakukan sedalam-dalamnya di tempat tersebut.

###### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini diawali dengan pengajuan judul. Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan mulai bulan September sampai bulan Maret yang meliputi : pengajuan judul, penyusunan proposal, seminar proposal, revisi, penelitian, penyusunan skripsi, sampai pada analisis data.

No.	Kegiatan	Tahun						
		2022				2023		
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
1	Pengajuan Judul							
2	Penyusunan Proposal							

3	Seminar Proposal							
4	Revisi							
5	Penelitian							
6	Penyusunan Skripsi							
7	Analisis Data							
8	Sidang Munaqosah							

**Tabel 3.1** Waktu Penelitian

## **B. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi deskriptif kualitatif, dimana peneliti meneliti permasalahan secara mendalam dan mencari informasi sebanyak mungkin dengan metode pengumpulan data yang terdapat dalam penelitian kualitatif. Permasalahan yang dikaji oleh peneliti merupakan masalah yang bersifat sosial dan dinamis. Maka dari itu, peneliti memilih menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menentukan prosedur mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian tersebut (Meleong, 2013).

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam secara langsung. Wawancara langsung dengan

Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dan kajian dokumen yang dibutuhkan serta melakukan observasi.

### **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian pada penelitian kualitatif disebut dengan istilah informan, yaitu orang yang memberikan informasi mengenai data yang diinginkan peneliti, berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Informasi dapat berupa situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Adapun subjek utama pada penelitian ini adalah Koordinator Komunitas *Riding Santuy* karena Koordinator Komunitas *Riding Santuy* merupakan memiliki otoritas kekuasaan tertinggi dari anggota-anggota lainnya. Di dukung dengan dua informan lain seperti anggota-anggota penggerak Komunitas *Riding Santuy* Boyolali.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, Teknik pengumpulan data dilakukan melalui :

1. Observasi adalah kegiatan pengamatan dan pencatatan yang dilakukan oleh peneliti guna menyempurnakan penelitian untuk mencapai hasil yang maksimal. Observasi merupakan kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindera mata sebagai alat bantu utamanya, selain itu pancaindera seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Maka dari itu observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan

pengamatannya melalui hasil kerja pancaindera mata serta dibantu dengan pancaindera lainnya (Bungin, 2008).

Peneliti melakukan observasi dalam penelitian ini yaitu meliputi lokasi penelitian, orang-orang yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu Komunitas *Riding Santuy Boyolali*.

2. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan guide atau pedoman. Teknik wawancara pada penelitian ini menggunakan Teknik wawancara bebas terpimpin. Wawancara bebas terpimpin merupakan wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas namun masih tetap berada pada pedoman wawancara yang sudah dibuat. Tujuan wawancara untuk pengumpulan data atau informasi baik keadaan, gagasan, atau pendapat, sikap atau tanggapan, keterangan dan sebagainya dari suatu pihak tertentu. Wawancara boleh berkembang sesuai dengan situasi dan kondisi di lapangan. Wawancara dilakukan kepada pihak koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali* dan dua anggota *Riding Santuy Boyolali*.
3. Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian bahkan dapat meningkatkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif (Sugiyono, 2009). Pada bidang hal

banyak dokumen sebagai sumber data dapat digunakan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk menerapkan dan meramalkan. Adapun dokumentasi yang digunakan peneliti memerlukan dokumentasi untuk mendukung analisis berupa foto kegiatan-kegiatan *Riding Santuy* dalam program yang dibuat oleh komunitas tersebut. Data dokumentasi ini merupakan data sekunder yang berfungsi sebagai pelengkap data primer.

Jenis data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian terkait. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu sebagai berikut :

1. Data Primer Menurut Sugiyono, 2009 data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer. Wawancara dilakukan langsung di tempat kegiatan, apabila terjadi kendala wawancara dilakukan secara online.
2. Data Sekunder Menurut Sugiyono, 2009 data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah media Instagram, berita,

buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai strategi komunikasi komunitas *Riding Santuy* Boyolali.

#### **F. Teknik Analisa Data**

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi dan wawancara untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang temuan-temuan yang berdasarkan permasalahan yang diteliti. Pembahasan dilakukan dengan menggunakan metode komparatif atas hasil wawancara dengan informan. Sekaligus membandingkan dengan hasil observasi yang dilakukan.

#### **G. Keabsahan Data**

Keabsahan data digunakan untuk menjamin bahwa semua data yang telah diamati dan diteliti relevan dengan yang sesungguhnya, agar penelitian ini menjadi sempurna. Untuk keabsahan data peneliti menggunakan Triangulasi yaitu mengadakan perbandingan, antara teori dan hasil di lapangan pada sumber data yang satu dengan yang lain. Teknik Triangulasi adalah teknik pengabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Ada empat Teknik triangulasi yaitu: teknik Triangulasi dengan sumber, metode, penyidik dan teori.

1. Untuk memperoleh tingkat keabsahan data penelitian menggunakan triangulasi yakni mengadakan perbandingan atau pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu, triangulasi dalam penelitian ini meliputi triangulasi teori dan triangulasi sumber. Perbandingan atau pengecekan balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda, dengan jalan: Membandingkan data hasil pengamatan (observasi) dengan data hasil wawancara.
2. Membanding apa yang dikatakan informan di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membanding data hasil wawancara dengan isi dokumen yang dihimpun atau berkaitan.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Temuan Data Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat Komunitas *Riding Santuy Boyolali***

Sejarah singkat Komunitas *Riding Santuy Boyolali* didapatkan dari hasil wawancara kepada Joko Sulisno Koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali*, 30 Desember 2022. Adapun sejarah singkat Komunitas *Riding Santuy Boyolali* sebagai berikut :

Pada tanggal 07 Juli 2020 awal kegiatan Komunitas *Riding Santuy Boyolali* dimulai. Penggagas kegiatan ini merupakan seorang pemuda asal Ampel, Kabupaten Boyolali yang bernama Joko Sulisno. Komunitas ini sudah berdiri selama dua tahun, namun disaat berdirinya komunitas ini pandemi virus covid-19 mulai menyebar ke negara Indonesia, yang membuat segala kegiatan yang dilakukan masyarakat bersifat bergerombol harus di tunda.

Komunitas ini berdiri karena sekadar main-main saja dengan mengumpulkan teman-teman yang sehoobi bermotoran santai dengan jenis motor yang bermacam-macam. Karena di Kabupaten Boyolali sendiri masih belum ada komunitas motor yang mereka berkumpul dengan berbagai jenis motor.

Komunitas ini berawal dari nama pembuatan akun Instagram @ridingsantuyboyolali. Komunitas ini tidak berniat untuk membuat suatu komunitas, namun hanya membuat akun instagram saja. Melalui akun instagram ini kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas *Riding Santuy Boyolali* di sebarluaskan. Akun ini dulu hanya menjadi akun repost teman-teman mengupload foto mereka dalam kegiatan berkendara motor. Sehingga ada ketertarikan dengan akun yang dibuat oleh Koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali*. Setiap hari akun instagram ini mengalami penambahan follower yang sangat signifikan sampai pada hari ini follower akun instagrm Komunitas *Riding Santuy Boyolali* di angka 4.152 followers.

Semakin banyaknya followers yang mengikuti akun instagram *Riding Santuy Boyolali*. Koordinator komunitas ini memulai kegiatannya, seperti *riding*, *sunmori* dan lain sebagainya. Tidak hanya dengan kegiatan tersebut koordinator komunitas ini juga memiliki gagasan untuk melakukan kegiatan open donasi untuk masyarakat yang lebih membutuhkan. Dengan tujuan lain agar pemikiran buruk masyarakat terhadap suatu komunitas motor tidak selalu di nilai buruk.

Rasa ingin kembali melakukan kegiatan open donasi melalui hobi yang sama muncul disetiap individu yang mengikuti kegiatan tersebut.

Bermula dari 25 orang yang mengikuti kegiatan kini hampir 100 sampai 300 orang yang mengikuti kegiatan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali.

Sehingga kegiatan *riding*, *sunmori* dan lain-lain selalu dilakukan disetiap bulannya dengan tujuan akhir kegiatan open donasi. Kini nama akun tersebut menjadi sebuah komunitas yang memiliki tujuan yang positif untuk masyarakat maupun untuk orang yang mengikuti komunitas tersebut.

## **2. Logo dan Makna**

Logo dan makna Komunitas *Riding Santuy* Boyolali Komunitas *Riding Santuy* Boyolali didapatkan dari hasil wawancara kepada Joko Sulisno Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 30 Desember 2022, observasi dan hasil dokumentasi ketika penelitian. Adapun logo dan makna Komunitas *Riding Santuy* Boyolali sebagai berikut :

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memiliki dua logo. Terdiri dari logo utama dan umum. Logo utama merupakan logo yang hanya dipakai dan dicetak dijadikan bendera, dan hanya dipakai untuk acara khusus dan bersifat permanen. Sedangkan logo umum yaitu logo yang sering dipakai di berbagai kegiatan, dan juga sering digunakan pada pamphlet-pamflet kegiatan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali. Berikut logo atau lambang Komunitas *Riding Santuy* Boyolali yaitu :

## a. Logo Utama



**Gambar. 4.1.** Logo Utama Komunitas RSB

- 1) Kepala sapi, melmbangkan ikon Kabupaten Boyolali. Sehingga bermakna wilayah Kabupaten Boyolali atau komunitas ini berada di Kabupaten Wilayah Boyolali.
- 2) Tulisan Nyawiji Tanpo Rupo, merupakan Bahasa jawa dari kalimat Bersatu tanpa adanya rupa. Pada kalimat tersebut bermakna semua motor yang dimiliki oleh orang bisa bergabung tnapa melihat status dan jenis motor perorangan, dan dapat diartikan komunitas ini terbuka untuk umum, siapa saja yang ingin bergabung.
- 3) Tulisan All Motorcycle, memiliki arti semua motor. Dalam tulisan ini bermakna semua jenis motor bisa bergabung dengan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali.
- 4) Gambar bendera papan catur, bermakna

Bendera hitam-putih mirip dengan papan catur ini identik dengan balapan. Fungsi bendera ini adalah tanda bahwa balapan atau *race* telah berakhir. Marshall akan mengibarkan bender tersebut tepat di garis *start* awal. Dalam komunitas ini bermakna dalam satu komunitas tidaka ada pemenang, semua yang ada didalamnya adalah sama.

- 5) Helm pada Kepala Sapi, helm merupakan salah satu bentuk keselamatan diri saat berkendara. Pada hal ini bermakna komunitas motor ini juga mengutamakan keselamatan daripada hanya kesenangan sesaat.

b. Logo Umum



**Gambar. 4.2.** Logo Umum Komunitas RSB

- 1) Api, bermakna terbakar. membakar api semangat pada diri sendiri untuk kegiatan yang baik.

- 2) Emoticon tersenyum, gambar ini menggambarkan suasana hati. Dengan adanya Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dapat menjadikan suasana hati menjadi lebih senang.
- 3) Gambar berjabat tangan, bermakna dengan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali tidak hanya menyatukan hobi namun juga sebagai tempat untuk bersilaturahmi dan menambah persaudaraan.
- 4) Gambar orang mengendarai motor dengan helm, bermakna walaupun dengan suasana hati yang baik tidak meninggalkan keselamatan diri dalam berkendara motor.
- 5) Gambar dunia, bermakna melalui Komunitas *Riding Santuy* Boyolali berharap dapat menjadi dampak yang positif untuk masyarakat sekitar maupun yang ada di dunia.
- 6) Gambar sapi mengendarai motor, gambar ini diambil dari logo utama Komunitas *Riding Santuy* Boyolali. Gambar ini bermakna Komunitas *Riding Santuy* Boyolali berada di wilayah Kabupaten Boyolali, yang mana ikon Kabupaten Boyolali merupakan binatang sapi, karena Kabupaten Boyolali merupakan kota yang menghasilkan susu sapi.

### **3. Tujuan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali**

Tujuan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali didapatkan dari hasil wawancara kepada Joko Sulisno Koordinator Komunitas *Riding Santuy*

Boyolali, 30 Desember 2022. Adapun tujuan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali sebagai berikut :

- a. Menyalurkan hobi tidak hanya untuk bersenang-senang melainkan mengkolaborasikan hobi untuk sesuatu yang lebih bermanfaat.
- b. Menghilangkan pandangan negatif masyarakat terhadap komunitas motor.

#### **4. Struktur Kepengurusan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali**

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali tidak memiliki bagan terstruktur namun komunitas ini memiliki satu orang koordinator komunitas. Struktur kepengurusan, tugas dan wewenang pada Komunitas *Riding Santuy* Boyolali didapatkan dari hasil wawancara kepada Joko Sulisno Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 30 Desember 2022. Pada setiap kegiatannya komunitas ini membentuk panitia ataupun tim inti untuk melakukan koordinasi agar kegiatan tetap berjalan dengan baik. Adapun tugas dan wewenang koordinator dan tim inti dari Komunitas *Riding Santuy* Boyolali sebagai berikut :

- a. Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali

Tugas dan wewenang koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali

- 1) Wewenang seorang Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali adalah membuat keputusan dan kebijakan dalam komunitas yang bersifat strategis melalui sebuah kesepakatan.

2) Tugas Koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali*

- a) Memimpin, mengkoordinasikan dan mengendalikan komunitas dalam melaksanakan semua kegiatan komunitas.
- b) Menjadi wakil dalam komunitas untuk membuat sebuah persetujuan atau kesepakatan.
- c) Memimpin setiap kegiatan yang diadakan oleh Komunitas *Riding Santuy Boyolali*.
- d) Memberikan tugas-tugas kepada tim inti guna memperlancar kegiatan yang diadakan oleh Komunitas *Riding Santuy Boyolali*.

b. Tim Inti Komunitas *Riding Santuy Boyolali*

Tim inti Komunitas *Riding Santuy Boyolali* berjumlah 17 orang. Memiliki Tugas dan wewenang dari tim inti Komunitas *Riding Santuy Boyolali* sebagai berikut :

- 1) Tim inti Komunitas *Riding Santuy Boyolali* memiliki wewenang membantu kordinator menentukan kegiatan, dan membantu berjalannya selama kegiatan.
- 2) Tugas tim inti komunitas *Riding Santuy Boyolali*
  - a) Melaksanakan tugas yang diberikan oleh Koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali*.
  - b) Membantu mengatur berjalannya kegiatan Komunitas *Riding Santuy Boyolali*.



- c) Memberikan masukan kepada koordinator apabila dirasa masih ada hal yang belum dilakukan.

## **B. Sajian Data Penelitian**

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali merupakan salah satu komunitas motor yang ada di Kabupaten Boyolali. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali atau yang biasa disebut dengan RSB memiliki keunikan tersendiri dalam membentuk suatu komunitas. Seperti bentuk-bentuk kegiatan, sasaran kegiatan, media kegiatan, sejarah terbentuknya RSB dan lain sebagainya.

Kegiatan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali mulai dilaksanakan pada tanggal 7 Juli 2020. Pada tanggal itulah berdirinya Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dan menjadi tanggal kelahiran atau berdirinya Komunitas *Riding Santuy* Boyolali. Seperti yang disampaikan oleh Joko Sulisno selaku Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali :

”Kegiatan komunitas *Riding Santuy* Boyolali di mulai pada 7 Juli 2020, dan tanggal tersebut saya buat menjadi tanggal lahir komunitas ini.”  
(Wawancara dengan Joko Sulisno selaku Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 30 Desember 2022)

Peneliti akan menguraikan hasil observasi dan wawancara peneliti, berdasarkan judul penelitian Strategi Komunikasi Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam Memperbaiki Citra Positif di Masyarakat.

## 1. Pengertian Komunitas Motor

Komunitas merupakan sekumpulan orang yang memiliki hobi yang sama dan terdapat dalam satu wadah. Komunitas motor merupakan sekelompok orang yang memiliki hobi bermotor. Namun seringkali masyarakat memandang komunitas motor identik dengan kegiatan yang negatif balap liar, dan ugal-ugalan. Pengertian komunitas motor ini seperti yang disampaikan oleh Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali yaitu Joko Sulisno dalam wawancara :

“Kalau komunitas motor dari sudut pandang yang ada merupakan sekelompok orang yang memiliki hobi yang sama dalam satu wadah. Namun masyarakat memandang komunitas motor itu buruk, karena sering kali yang dilihat yaitu ugal-ugalan, balapan liar dan lain sebagainya.” (Wawancara dengan Joko Sulisno selaku Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 30 Desember 2022)

### a. Pengertian Komunitas *Riding Santuy* Boyolali

Komunitas motor merupakan sekelompok orang yang memiliki hobi berkendara. Komunitas motor biasanya identic dengan hal-hal yang buruk di masyarakat. Sedangkan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memiliki pengertian sendiri dengan komunitas tersebut.

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali merupakan sekelompok pemuda yang memiliki hobi berkendara santai. Namun kegiatan Komunitas ini tidak hanya bermotor santai namun memiliki tujuan kegiatan yaitu open donasi ataupun aksi kemanusiaan. Seperti yang

disampaikan oleh Joko Sulisno selaku koordinator Komunitas *Riding*

*Santuy* Boyolali :

“Sedangkan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali merupakan suatu sekelompok pemuda maupun orang yang memiliki hobi *riding* maupun *sunmori*, namun tidak hanya berkegiatan itu saja tapi berpuncak dan terfokus pada kegiatan aksi kemanusiaan, atau open donasi.” (Wawancara dengan Joko Sulisno selaku Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 30 Desember 2022)

Menurut anggota yang ikut kegiatan Komunitas *Riding Santuy*

Boyolali menjelaskan mengenai Komunitas *Riding Santuy* Boyolali :

”Komunitas *riding Santuy* Boyolali itu merupakan sekumpulan anak-anak motor, lebih tepatnya anak yang suka motoran atau jalan-jalan singkat. Dengan kegiatan utamanya yaitu galang dana, entah itu untuk warga sekitar ataupun bencana alam. Biasanya diadakan sebulan sekali.” (Wawancara dengan Adriyana sebagai anggota Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 1 Januari 2023)

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memiliki tanggapan tersendiri dari masyarakat. Ada yang menganggap Komunitas *Riding Santuy* Boyolali sebelum mengetahui kegiatan positifnya, komunitas ini hanya sekumpulan anak motor yang bersenang-senang saja tanpa ada kegiatan lain yang hanya ingin mengisi waktu luang. Namun setelah mengetahui kegiatan yang positif, mereka menganggap Komunitas *Riding Santuy* Boyolali merupakan Sebagian dari aktivitas rutin disetiap bulannya. Seperti yang disampaikan oleh anggota Komunitas *Riding Santuy* Boyolali :

“Tanggapan saya dengan adanya *Riding Santuy* Boyolali, awalnya saya befikir *Riding Santuy* Boyolali hanya sekumpulan anak motor yang bersenang-senang tanpa ada kegiatan lain yang hanya sekedar mengisi waktu luang saja. Tapi setelah saya tahu kegiatannya dibarengi dengan galang dana tau baksos, saya menjadikan *Riding Santuy* Boyolali sebagai *priority activity* dalam *my list activity*. Selain kegiatannya yang bermanfaat juga *so many kind people* di *Riding Santuy* Boyolali itu. Dan juga, penyaluran dana itu jelas. Dari hasil yang didapat berapa, kan didonasikan kemana dan kapan, itu semua jelas dan terbuka.” (Wawancara dengan Adriyana selaku Anggota Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 1 Januari 2023)

Menurut tim ini yang mengikuti kegiatan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memiliki tanggapan tersendiri dengan komunitas tersebut :

“Tanggapan saya terhadap *riding Santuy* Boyolali bagus, di Boyolali ada suatu akun sosial media yang bisa mengumpulkan komunitas motor di Kabupaten Boyolali bahkan tidak jarang komunitas dari luar Kabupaten Boyolali seperti Semarang, Klaten, dan Karanganyar juga ikut hadir walaupun hanya perwakilan saja.” (Wawancara dengan Taufik Dwi Tanto selaku Tim Inti Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 1 Januari 2023)

## **2. Sasaran dari Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam Memperbaiki Citra Positif di Masyarakat**

Sebuah komunitas maupun kelompok pastinya memiliki sasaran untuk mencapai sebuah tujuan. Sasaran dari Komunitas *Riding Santuy* Boyolali merupakan remaja, pemuda, dan juga masyarakat yang ada di Kabupaten Boyolali. Tanpa adanya mereka komunitas tersebut tidak akan berjalan dengan semestinya. Akan ada banyak kekurangan tanpa adanya

bantuan-bantuan dari orang lain. Seperti yang disampaikan oleh Joko

Sulisno selaku Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali :

“Sasaran dari komunitas ini merupakan masyarakat di Kabupaten Boyolali sendiri, dan juga anak-anak remaja, pemuda-pemuda yang ada di Kabupaten Boyolali.” (Wawancara dengan Joko Sulisno selaku Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 30 Desember 2022)

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali mencoba mengenl khalayak yang akan menjadi sasaran. Seperti yang disampaikan oleh Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali sasarannya ada masyarakat. Masyarakat masih menganggap sebuah komunitas itu selalu memiliki kegiatan yang buruk.



**Gambar. 4. 3** Khalayak Masyarakat Kabupaten Boyolali

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali juga tertuju dengan anak-anak remaja, pemuda-pemudi yang ada di Kabupaten Boyolali. Karena sebuah komunitas tidak akan berjalan tanpa adanya anggota. Lewat

Komunitas *Riding Santuy Boyolali* ini diharapkan dapat memunculkan sifat yang peduli dengan lingkungan sekitarnya apalagi dengan masyarakat.



**Gambar. 4.4** Anggota Komunitas *Riding Santuy Boyolali*

### **3. Tujuan dari Komunitas *Riding Santuy Boyolali* dalam Memperbaiki Citra Positif di Masyarakat**

Tujuan merupakan suatu hal yang harus di capai. Seperti halnya Komunitas *Riding Santuy Boyolali* memiliki tujuan adanya komunitas tersebut. Tujuan utama Komunitas *Riding Santuy Boyolali* yaitu ingin mengajak generasi muda agar lebih peduli dengan mereka yang ada di sekelilingnya yang lebih membutuhkan. Secara tidak langsung komunitas tersebut ingin memunculkan sikap yang positif di setiap generasi anak

muda. Seperti yang disampaikan oleh Koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali* :

“Tujuan utama dari Komunitas *Riding Santuy Boyolali* sendiri yaitu ingin mengajak generasi muda agar lebih peduli terhadap mereka yang lebih membutuhkan.” (Wawancara dengan Joko Sulisno selaku Koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali*, 30 Desember 2022)

Komunitas *Riding Santuy Boyolali* memiliki tujuan tersendiri karena masyarakat masih memandang komunitas motor itu identik dengan hal-hal yang buruk. Ada alasan tersendiri yaitu agar mengubah persepsi masyarakat akan komunitas motor itu tidak serta merta identik dengan yang buruk-buruk saja. Namun juga bisa hadir dengan kegiatan yang positif. Cara pandang masyarakat terhadap Komunitas *Riding Santuy Boyolali* ada berbeda-beda. Untuk masyarakat yang sudah mengetahui kegiatan Komunitas *Riding Santuy Boyolali* mereka memandang komunitas ini baik dan bermanfaat untuk berbagai kalangan. Namun untuk masyarakat yang belum mengetahui akan kegiatan Komunitas *Riding Santuy Boyolali* mereka masih memandang komunitas ini buruk, bahkan tidak segan-segan melabeli dengan hal-hal yang buruk. Seperti yang disampaikan oleh Koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali* :

“Untuk cara pandang masyarakat sendiri dengan Komunitas *Riding Santuy Boyolali*, kalau untuk masyarakat yang sudah mengetahui perihal kegiatan komunitas yang positif begini ya mereka memandang komunitas motor itu baik, namun kalau yang belum mengetahui akan kegiatan dari kita ya memandang komunitas

motor itu buruk bahkan dilabeli dengan hal-hal yang buruk juga. Tapi kebanyakan yang sudah paham akan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali ya dipandang sudah baik tidak seperti komunitas motor pada umumnya, walaupun masih ada saja yang memandang buruk.” (Wawancara dengan Joko Sulisno selaku Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 30 Desember 2022)

#### **4. Kegiatan dari Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam Memperbaiki Citra Positif di Masyarakat**

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memiliki kegiatan yang positif di setiap bulannya. Komunitas *Riding Santuy* merancang berbagai kegiatan yang dianggap positif oleh masyarakat luas. Seperti halnya open donasi dan aksi kemanusiaan. Kegiatan ini ditujukan kepada orang-orang yang lebih membutuhkan, bahkan tidak jarang komunitas ini melakukan galang dana guna membantu masyarakat di Indonesia yang terkena bencana alam. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali tidak hanya melaksanakan kegiatan berbentuk hobi saja seperti *riding* dan *sunmori*, namun juga berakhir dengan kegiatan yang positif. Susunan acara kegiatan biasanya adalah *Riding* atau *sunmori*, open donasi, berakhir nyantuy bareng. Bentuk-bentuk kegiatan dari Komunitas *Riding Santuy* Boyolali ini seperti yang disampaikan oleh Joko Sulisno selaku Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali :

” Kegiatan yang ada di Komunitas *Riding Santuy* Boyolali ini kegiatan utamanya yaitu open donasi maupun aksi kemanusiaan. Namun diselingi dengan kegiatan seperti *sunmori*, *riding*, berkumpul bersama, anniversary. Namun kegiatan yang dilakukan setiap bulannya yaitu open donasi atau aksi kemanusiaan.” (Wawancara dengan Joko Sulisno selaku



Koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali*, 30 Desember 2022)



**Gambar. 4.5** Kegiatan Open Donasi Komunitas RSB

**a. Perencanaan Kegiatan Komunitas *Riding Santuy Boyolali***

Pesan yang ingin disampaikan oleh Komunitas *Riding Santuy Boyolali* kepada masyarakat luas sangatlah baik. Mengubah pandangan terhadap suatu komunitas motor dari pandangan negatif ke pandangan positif. Bukan soal mudah untuk mengubah pandangan seseorang. Kegiatan Komunitas *Riding Santuy Boyolali* di rancang dengan sebaik mungkin di setiap bulannya. Dengan adanya Komunitas *Riding Santuy Boyolali* diharapkan dapat memberikan manfaat disemua kalangan. Kegiatan Komunitas *Riding Santuy Boyolali* dilakukan disetiap bulannya. Seperti yang disampaikan oleh Koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali* :

”Kegiatan yang dilakukan setiap bulannya yaitu open donasi atau aksi kemanusiaan” (Wawancara dengan Joko Sulisno selaku Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 30 Desember 2022)

Hadirnya Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memiliki dampak yang positif terhadap masyarakat yang ada di Kabupaten Boyolali. Masyarakat yang kurang mampu merasa terbantu dengan adanya donasi yang diberikan oleh komunitas tersebut, dan masyarakat umum juga merasa terbantu karena dapat menyisihkan sedikit rezekinya dan disalurkan kepada yang lebih membutuhkan. Seperti yang disampaikan oleh Joko Sulisno :

”Dampak positif Komunitas *Riding Santuy* Boyolali untuk masyarakat sendiri mereka merasa lebih terbantu dengan adanya open donasi yang ditujukan kepada masyarakat yang kurang mampu, dan masyarakat juga bisa ikut memberikan sedikit rezekinya untuk disalurkan kepada yang lebih membutuhkan.” (Wawancara dengan Joko Sulisno selaku Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 30 Desember 2022)

Namun, ada juga yang menganggap dampak positif dari Komunitas *Riding Santuy* Boyolali hanya biasa saja, karena disatu sisi masyarakat memiliki persepsi bahkan melabeli komunitas motor pasti ugal-ugalan. Seperti yang disampaikan oleh Anggota Tim Inti Komunitas *Riding Santuy* Boyolali :

“Kalau dampak positif buat masyarakat itu saya netral saja, karena disatu sisi masyarakat sudah melabeli motoran pasti ugal-ugalan.” (Wawancara dengan Taufik Dwi Tanto selaku Tim Inti Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 1 Januari 2023)

Menurut anggota yang mengikuti kegiatan Komunitas *Riding Santuy Boyolali* memiliki alasan tersendiri menyukai komunitas tersebut :

“Dampak untuk masyarakat sekitar, masyarakat sekitar terbantu dengan adanya kegiatan ini. Karena tidak semua orang itu “mampu”, sehingga dengan adanya kegiatan ini, dari yang sekecil apapun bisa banyak membantu terlebih yang mengikuti kegiatan *Riding Santuy Boyolali* bisa dibilang cukup banyak.” (Wawancara dengan Adriyana selaku anggota Komunitas *Riding Santuy Boyolali*, 1 Januari 2023)

Komunitas *Riding Santuy Boyolali* memiliki cara yang berbeda untuk menyampaikan sebuah informasi. Biasanya pamflet hanya dibuat dengan tulisan yang singkat-singkat saja. Namun komunitas ini juga menuliskan uraian singkat penerima donasi. Sehingga menjelaskan alasan kenapa komunitas ini akan memberikan donasi kepada orang tersebut. Adanya kejelasan dari mulai tujuan donasi, alasan berdonasi, dan juga keterbukaan kepada masyarakat tentang hasil dan memberi donasi membuat masyarakat maupun remaja yang ikut dalam kegiatan tersebut tertarik dan memandang bahwa komunitas motor tidak selalu dipandang negatif. Seperti pada pamflet peduli kasih Bapak Gimar, dalam pamflet tersebut menjelaskan “Beliau menderita stroke parah tidak bisa berbicara dan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari mengandalkan istrinya bekerja sebagai buruh tani, jika ada panggilan kerja dan tidak menentu penghasilannya untuk menyambung hidup keluarga.” Seperti pamflet

yang disebar di akun Intagram Komunitas *Riding Santuy Boyolali*

:



**Gambar. 4.6.** Pamflet Peduli Kasih Komunitas RSB

#### b. Kendala dari Kegiatan Komunitas *Riding Santuy Boyolali*

Kegiatan yang dirancang oleh koordinator dan tim inti Komunitas *Riding Santuy Boyolali* tidak selalu berjalan dengan lancar. Terdapat beberapa kendala yang terjadi, seperti yang sering terjadi karena terkendalanya situasi dan kondisi. Cuaca hujan membuat kegiatan komunitas ini diundur maupaun tidak dapat dilaksanakan. Namun, koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali* tidak hanya diam saja karena adanya kendala. Koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali* masih tetap melaksanakan kegiatan open donasi secara online, meskipun kegiatan *riding*, *summori*, dan *nyoride* tidak

dapat dilaksanakan. Seperti yang disampaikan Joko Sulisno selaku

Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali :

”Kalau sudah terkendala dengan cuaca kegiatan *summori*, *riding* dan lain sebagainya tidak dapat dilakukan, namun kegiatan utama dari komunitas *Riding Santuy* Boyolali ini akan open donasi, y akita tetap buat kegiatan open donasi namun secara online, dengan menebarkan pamflet-pamflet melalui sosial media, sehingga kegiatan rutin tiap bulannya tetap dapat dilakukan.” (Wawancara dengan Joko Sulisno selaku Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 30 Desember 2022)



**Gambar. 4.7** Pamflet Open Donasi Online

## 5. Ciri Khas Komunitas *Riding Santuy* Boyolali

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali banyak digemari oleh anak-anak remaja, maupun pemuda pemudi di Kabupaten Boyolali. Ada banyak hal yang membuat mereka lebih tertarik dengan Komunitas

*Riding Santuy* Boyolali dibanding dengan komunitas motor lainnya. Sehingga tanggapan mereka dengan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali sangat diterima dengan baik karena memiliki kegiatan yang positif, dan tujuan kegiatan yang jelas.

Keterbukaan penyaluran hasil donasi yang jelas membuat nilai baik tersendiri untuk komunitas tersebut. Karena hal yang ditakutkan oleh orang-orang adalah tidak ada tanggung jawab yang baik untuk masalah keuangan. Namun Komunitas *Riding Santuy* Boyolali ini hadir dengan keterbukaan, kejelasan dan tanggung jawab yang baik.

Adanya keterbukaan dan informasi yang jelas ini lah yang ,menjadi point plus Komunitas *Riding Santuy* Boyolali. Seperti yang disampaikan oleh Adriyana selaku anggota dari Komunitas *Riding Santuy* Boyolali :

”Adanya *Riding Santuy* Boyolali, awalnya saya befikir *Riding Santuy* Boyolali hanya sekumpulan anak motor yang bersenang-senang tanpa ada kegiatan lain yang hanya sekedar mengisi waktu luang saja. Tapi setelah saya tahu kegiatannya dibarengi dengan galang dana tau baksos, saya menjadikan *Riding Santuy* Boyolali sebagai *priority activity* dalam *my list activity*. Selain kegiatannya yang bermanfaat juga *so many kind people* di *Riding Santuy* Boyolali itu. Dan juga, penyaluran dana itu jelas. Dari hasil yang didapat berapa, kan didonasikan kemana dan kapan, itu semua jelas dan terbuka.” (Wawancara dengan Adriyana selaku Anggota Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 1 Januari 2023)



**Gambar. 4.8** Penyerahan Hasil Donasi

Setiap komunitas motor memiliki ciri khas tersendiri yang membuat komunitas itu berbeda dari yang lain. Komunitas motor yang dikenal dengan kegiatan yang negatif, namun Komunitas *Riding Santuy Boyolali* hadir dengan kegiatan yang positif di masyarakat. Komunitas ini ingin membuat pemikiran masyarakat bahwa komunitas motor itu tidak serta merta dengan kegiatan yang negatif namun juga bisa hadir dengan kegiatan yang positif. Seperti yang dilakukan Komunitas *Riding Santuy Boyolali* yang memiliki kegiatan rutin setiap bulannya yaitu open donasi. Seperti yang disampaikan oleh Joko Sulisno selaku koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali* :

“Perbedaan dari Komunitas *Riding Santuy Boyolali* dengan komunitas motor lainnya yaitu menyalurkan hobi tidak hanya untuk bersenang-senang melainkan mengkolaborasikan hobi

untuk sesuatu yang lebih bermanfaat untuk di dunia maupun diakhirat nanti. Melalui Komunitas *Riding Santuy* Boyolali ini mencoba tampil berbeda dengan selalu open donasi di setiap bulannya yang ditujukan bagi mereka yang lebih membutuhkan.” (Wawancara dengan Joko Sulisno selaku koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 30 Desember 2022)

Ciri khas ataupun perbedaan yang membedakan komunitas motor dengan komunitas lainnya tersebut membuat beberapa orang, masyarakat, maupaun remaja tertarik dan menyukai Komunitas *Riding Santuy* Boyolali tersebut. Tidak jarang membuat kegiatan dari Komunitas *Riding Santuy* Boyolali menjadi kegiatan wajib yang harus dilakukan disetiap bulannya. Banyak alasan mereka menyukai Komunitas *Riding Santuy* Boyolali. Namun kebanyakan orang menyukai karena kegiatan yang positif tanpa melupakan hobi yang dimiliki. Seperti yang disampaikan oleh Taufik Dwi Tanto selaku tim inti dari Komunitas *Riding Santuy* Boyolali :

“Saya menyukai *Riding Santuy* Boyolali karena pengendara tidak dituntut untuk selalu hadir dalam sebuah kegiatan *riding*, dan satu lagi yang saya sukai dari *Riding Santuy* Boyolali itu mereka bukan hanya berkegiatan *riding* keliling kota, mereka juga sebisa mungkin untuk open donasi atau kotak kardus keliling (infak) yang hasilnya akan di donasikan kepada yang lebih membutuhkan.” (Wawancara dengan Taufik Dwi Tanto selaku tim inti Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 1 Januari 2023)

Menurut anggota yang mengikuti kegiatan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memiliki alasan tersendiri menyukai komunitas tersebut :

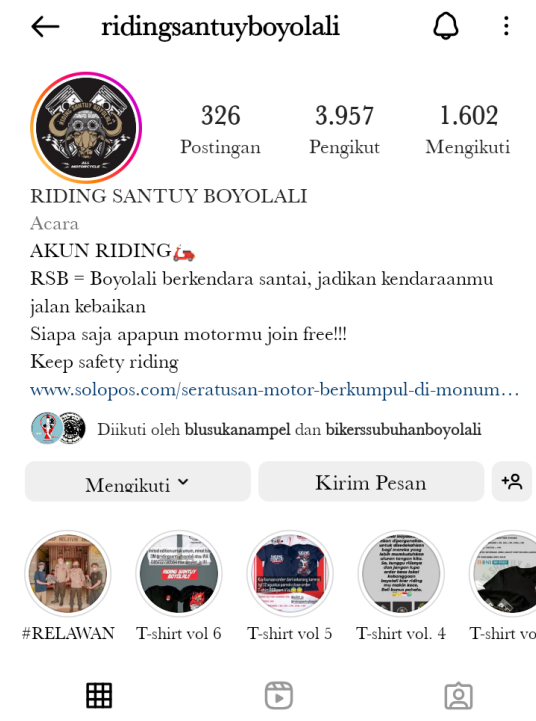


“Alasan saya menyukai *Riding Santuy* Boyolali yaitu karena kegiatannya yang baik. Selain menyenangkan karena banyak teman untuk menambah relasi, kegiatan ini juga bermanfaat. Sehingga sangat baik untuk di dukung dari segi manapun.” (Wawancara dengan Adriyana selaku anggota aktif Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 1 Januari 2023)

#### **6. Media dari Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam Memperbaiki Citra Positif di Masyarakat**

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memiliki media sosial yaitu instagram dengan nama @ridingsantuyboyolali. Media sosial ini membantu penyebaran informasi Komunitas *Riding Santuy* Boyolali menjadi lebih mudah. Biasanya penyebaran informasi dengan cara mengupload pamflet yang sudah dibuat oleh komunitas. Akun instagram kini sangat mudah untuk diakses dikalangan umur. Tidak hanya akun milik komunitas saja yang digunakan, namun juga menggunakan media patner, media patner yng biasanya membantu kegiatan ada @bluskanampel, @boyolalikita, @enetrnalclotmaker, @mri\_boyolali, @kabareboyolali dan masih banyak lagi. Seperti yang disampaikan oleh Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali:

“Biasanya media yang sering digunakan oleh Komunitas *Riding Santuy* Boyolali melalui akun sosial media instagram yang namanya @ridingsantuyboyolali dan biasanya dibantu dengan media patner atau supprt media dari @bluskanampel, @boyolalikita, @enetrnalclotmaker, @mri\_boyolali, @kabareboyolali dan masih banyak lagi.” (Wawancara dengan Joko Sulisno selaku Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 30 Januari 2022)



**Gambar. 4.9.** Media Sosial Komunitas RSB

Kegiatan Komunitas *Riding Santuy Boyolali* juga sudah masuk ke media massa. Seperti berita Solopos dengan judul Seratusan Motor Berkumpul di Monumen Tiga Menara Boyolali, Geng Motor. Berita tersebut menyampaikan berbagai informasi tentang Komunitas *Riding Santuy Boyolali*, seperti rute aksi *riding*, pengertian Komunitas *Riding Santuy Boyolali*, dan juga kegiatan aksi kemanusiaan. Dalam berita tersebut dijelaskan bagaimana alur pada kegiatan, seperti yang ada dalam berita solopos.com :

“Hari ini kami khusus ngabuburide (ngabuburit) dan menggalang dana untuk panti asuhan di Tlatar, Boyolali.

Hasilnya akan disumbangkan ke panti asuhan tersebut.”  
(Ni'matul Faizah, Solopos.com, Boyolali 18 April 2022)

Seratusan Motor Berkumpul di Monumen Tiga ...

SCROLL UNTUK MELANJUTKAN MEMBACA

**SOLOPOS.com**  
PANDUAN INFORMASI & INSPIRASI

Home / Soloraya / Boyolali

## Seratusan Motor Berkumpul di Monumen Tiga Menara Boyolali, Geng Motor?

Ratusan sepeda motor terlihat berkumpul di Monumen Tiga Menara Boyolali pada Minggu (17/4/2022) sore.

Senin, 18 April 2022 - 09:23 WIB  
Penulis: [Nimatul Faizah](#)  
Editor : [Sri Sumi Handayani](#)

SHARE     



SOLOPOS.COM - Sejumlah pengendara motor berkumpul di Monumen Tiga Menara Boyolali pada Minggu (17/4/2022). Mereka tergabung dalam aksi Ngabuburide Kemanusiaan yang diselenggarakan Riding Santuy Boyolali. (Solopos/Ni'matul Faizah)

**Solopos.com, BOYOLALI** — Ratusan sepeda

**Gambar. 4.10.** Berita Solopos.com

Kegiatan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali tidak hanya sekali saja di liput oleh solopos. Berita yang kedua perihal Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dengan judul berita Batik Dihina WNA, Pemotor Boyolali Balas dengan Riding Batikan. Pada berita tersebut juga menjelaskan alasan kenapa melaksanakan kegiatan *riding* batikan, tujuan kegiatan tersebut, dan juga kegiatan *riding*. Seperti yang ada dalam berita solopos.com :

“Sulis menjelaskan *riding* sore merupakan agenda bulanan RSB, dan khusus pada November kali ini mengusung tema Boyolali *Batik Culture Ride*. Ia ingin membuktikan bahwa anggota RSB yang semuanya pemuda dan pemudi dapat lebih mencintai batik.” (Ni’matul Faizah, Solopos.com, Boyolali 21 November 2022)

Batik Dihina WNA, Pemotor Boyolali Balas deng...

---





---

## Batik Dihina WNA, Pemotor Boyolali Balas dengan Riding Batikan

Touring sambil mengenakan batik pada Minggu (20/11/2022) sore sebagai aksi balasan yang bersifat positif dengan gerakan bangga mengenakan batik.

Senin, 21 November 2022 - 05:03 WIB  
Penulis: **Nimatul Faizah**  
Editor : **Ahmad Mufid Aryono**

SHARE     



SOLOPOS.COM - pemotor dari Riding Santuy Boyolali batikan saat gelaran riding rutin di Taman Tiga Menara, Minggu (21/11/2022). Rute perjalanan mereka dimulai dari Taman Tiga Menara hingga Alun-Alun Kidul. (Istimewa/Riding Santuy Boyolali)

**Solopos.com, BOYOLALI**—Sekitar 80 pemotor yang tergabung dalam Riding Santuy Boyolali

**Gambar. 4.11.** Kegiatan *Riding* Batikan

### C. Analisis Hasil Penelitian

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali merupakan sekelompok orang yang memiliki kesamaan yang sama yaitu bermotor dengan santai. Komunitas ini memiliki kegiatan yang berakhir dengan open donasi atau aksi kemanusiaan, yang ditujukan kepada masyarakat di Kabupaten Boyolali yang lebih

membutuhkan. Pada sebuah komunitas perlu diadakannya sebuah strategi komunikasi, agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

Strategi komunikasi sangatlah penting dilakukan untuk sebuah organisasi maupun kelompok-kelompok besar. Anwar Arifin mendefinisikan strategi komunikasi merupakan perhitungan kondisi dan situasi yang sedang dihadapi dan yang akan dihadapi, untuk mencapai tujuan efektivitas. Sehingga strategi komunikasi merupakan suatu cara untuk mengatur pelaksanaan dalam proses komunikasi, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga pada tahap evaluasi untuk mencapai sebuah tujuan.

## **1. Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi memiliki komponen-komponen strategi yang dapat dilakukan oleh sebuah organisasi maupun kelompok. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali melakukan strategi-strategi komunikasi yang bisa membantu penyampaian pesan, dan mengurangi adanya *misscommunication*. Berikut komponen-komponen strategi komunikasi menurut Anwar Arifin :

### **a. Mengenal Khalayak**

Dalam Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dapat diketahui bagaimana mengenal khalayak yang akan menjadi tujuan pesan. Mengenal khalayak merupakan proses dari sebuah komunikasi. Pada tahap ini hal yang perlu di ketahui tentang karakteristik khalayak ada

tiga yaitu, mengetahui seberapa pengetahuan khalayak ramai terkait pokok permasalahan yang akan disampaikan, menggunakan media apa yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, dan penyesuaian kata yang digunakan kepada khalayak ramai agar pesan yang disampaikan lebih mudah.

Berdasarkan hasil analisis data yang ada, komunitas ini melihat dan memahami seberapa pengetahuan khalayak ramai terkait pokok permasalahan yang akan disampaikan. Masyarakat umum maupun remaja banyak memandang bahwa komunitas motor merupakan sebuah kelompok yang buruk, karena dikenal dengan kegiatan balap motor liar, ugal-ugalan dan bahwa sering kali melakukan tindak kejahatan. Dengan pemikiran masyarakat yang seperti itu Komunitas *Riding Santuy Boyolali* membuat kegiatan atau sebuah informasi kalau komunitas motor tidak selalu berkegiatan di hal-hal yang buruk, namun juga berkegiatan pada hal yang positif. Walaupun sering kali yang masih dibilang komunitas motor itu buruk.

Komunitas ini menggunakan media sosial guna menyampaikan pesan-pesan atau informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat. Namun tidak jarang pula media penyampaian pesan juga menggunakan pamphlet-pamflet yang dicetak dan ditempel ketika berkegiatan. Menggunakan media sosial sangat efektif di era digital, biasanya pesan-

pesan disebarakan melalui akun instagram, dan juga melalui story whatsapp. Sehingga mudah diakses di berbagai kalangan muda sampai tua.

Terakhir yang diperhatikan oleh Komunitas *Riding Santuy* Boyolali juga melihat penggunaan kata yang patut dalam pamflet-pamflet yang dibuat. Kata yang biasa digunakan oleh komunitas ini ada “Peduli Kasih”, “Riding-Open Donasi-Nyantuy Bareng”, “Berkendara Sambil Beramal”, “Open Donation Berbagi Sesama Kaum Dhuafa Boyolali”. Komunitas ini mengemas kata yang bisa menarik masyarakat umum, dengan menyertakan tujuan akhir dari kegiatan *riding*, dan *sunmori*.

#### **b. Menyusun Pesan**

Komponen strategi komunikasi yang kedua adalah Menyusun pesan. Menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi yang akan disampaikan ke khalayak. Pesan yang baik adalah pesan yang dapat mempengaruhi khalayak dan mampu membangkitkan perhatian.

Menurut sajian data pesan yang ingin disampaikan oleh Komunitas *Riding Santuy* Boyolali yaitu bahwa setiap komunitas motor tidak selalu memiliki kegiatan yang negative. Tetapi hadirnya komunitas motor juga bisa memiliki kegiatan yang positif dan bermanfaat untuk masyarakat luas. Komunitas *Riding Santuy*

merancang berbagai kegiatan yang dianggap positif oleh masyarakat luas. Seperti halnya open donasi dan aksi kemanusiaan. Kegiatan ini ditujukan kepada orang-orang yang lebih membutuhkan, bahkan tidak jarang komunitas ini melakukan galang dana guna membantu masyarakat di Indonesia yang terkena bencana alam. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali tidak hanya melaksanakan kegiatan berbentuk hobi saja seperti *riding* dan *sunmori*, namun juga berakhir dengan kegiatan yang positif. Susunan acara kegiatan biasanya adalah *Riding* atau *sunmori*, open donasi, berakhir nyantuy bareng.

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali menyusun pesan dalam sebuah pamflet. Isi pamflet biasanya bertuliskan “Peduli Kasih”, “Riding Sambil Beramal”, dan lain sebagainya. Tidak hanya bertuliskan kata seperti itu saja namun juga mencantumkan tujuan hasil donasi seperti “Open donasi For Cianjur, Peduli kasih Bapak Gimar”, dan juga nomor rekening dan *contact person* koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali. Sehingga kegiatan tersebut di nilai nyata dan benar melakukan kegiatan tersebut.

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali juga membuktikan bahwa hasil donasi tersalurkan kepada yang tertera di pamflet dengan memposting foto ke akun Instagram. Sehingga informasi yang di terima oleh masyarakat benar dan tidak berpotensi kebohongan publik.



Menurut sajian data juga telah dijelaskan Komunitas *Riding Santuy Boyolali* memiliki cara yang berbeda untuk menyampaikan sebuah informasi. Biasanya pamflet hanya dibuat dengan tulisan yang singkat-singkat saja. Namun komunitas ini juga menuliskan uraian singkat penerima donasi. Sehingga menjelaskan alasan kenapa komunitas ini akan memberikan donasi kepada orang tersebut. Adanya kejelasan dari mulai tujuan donasi, alasan berdonasi, dan juga keterbukaan kepada masyarakat tentang hasil dan memberi donasi membuat masyarakat maupun remaja yang ikut dalam kegiatan tersebut tertarik dan memandang bahwa komunitas motor tidak selalu dipandang negatif.

Seperti pada pamflet peduli kasih Bapak Gimar, dalam pamflet tersebut menjelaskan “Beliau menderita struk parah tidak bisa berbicara dan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari mengandalkan istrinya bekerja sebagai buruh tani, jika ada panggilan kerjaan dan tidak menentu penghasilannya untuk menyambung hidup keluarga”. Dengan narasi yang baik maka pesan maupun informasi yang ingin disampaikan oleh Komunitas *Riding Santuy Boyolali* dapat diterima dengan baik.

### c. Menentukan Metode

Dalam komponen strategi komunikasi ada metode. Metode penyampaian pesan merupakan efektivitas komunikasi, karena sebuah komunikasi tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan yang sesuai dengan kondisi khalayak namun, juga dipengaruhi oleh metode penyampaian yang digunakan. Metode penyampaian pesan pada Komunitas *Riding Santuy Boyolali* dapat dilihat dari dua metode. Metode penyampaian pesan dapat dilihat dengan dua aspek yaitu

- 1) Menurut cara pelaksanaannya, merupakan melihat komunikasi dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatiannya dari isi pesan. Dalam Komunitas *Riding Santuy Boyolali* cara pelaksanaannya sudah menggunakan dua konsep kegiatan, yaitu online dan offline. Kegiatan online hanya dilaksanakan apabila tidak memungkinkan untuk aksi donasi. Seperti dalam sajian data Koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali* tidak hanya diam saja karena adanya kendala. Koordinator Komunitas *Riding Santuy Boyolali* masih tetap melaksanakan kegiatan open donasi secara online, meskipun kegiatan *riding*, *sunmori*, dan *nyoride* tidak dapat dilaksanakan.

Sedangkan kegiatan offline merupakan kegiatan yang diawali dengan *riding*, kegiatan open donasi dan berakhir dengan

santai bersama. Seperti dalam sajian data Komunitas *Riding Santuy* merancang berbagai kegiatan yang dianggap positif oleh masyarakat luas. Seperti halnya open donasi dan aksi kemanusiaan. Kegiatan ini ditujukan kepada orang-orang yang lebih membutuhkan, bahkan tidak jarang komunitas ini melakukan galang dana guna membantu masyarakat di Indonesia yang terkena bencana alam. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali tidak hanya melaksanakan kegiatan berbentuk hobi saja seperti *riding* dan *sunmori*, namun juga berakhir dengan kegiatan yang positif. Susunan acara kegiatan biasanya adalah *Riding* atau *sunmori*, open donasi, berakhir nyantuy bareng.

- 2) Menurut bentuk isinya, merupakan aspek melihat komunikasi dari bentuk pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang disampaikan. Dalam Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memilih memberikan pesan yang singkat melalui pamflet-pamflet yang disebar. Komunitas ini juga mencantumkan bagaimana kegiatan nanti yang akan dilakukan. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali berusaha untuk melaksanakan kegiatan seperti yang sudah dirancang dan ditulis dalam pamflet yang disebar. Walaupun terkadang mendadak tidak melaksanakan kegiatan secara offline karena terkendala situasi dan kondisi.

Pada komponen metode strategi komunikasi Komunitas *Riding Santuy* Boyolali sudah melakukan aspek-aspek dalam metode strategi komunikasi. Walaupun dalam pelaksanaannya masih sering diganti dengan kegiatan secara online, karena terkendalanya situasi dan kondisi yang selalu berubah-ubah seperti halnya kondisi cuaca di Kabupaten Boyolali.

#### **d. Pemilihan Media**

Komponen yang terakhir yaitu pemilihan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Pemilihan media komunikasi pada strategi komunikasi disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta Teknik komunikasi yang digunakan.

Media komunikasi yang digunakan oleh Komunitas *Riding Santuy* Boyolali yaitu media sosial. Media sosial yang digunakan yaitu instagram. Dengan menggunakan media sosial instagram ini anak muda maupun masyarakat mudah mengakses, dan dikini mulai di gemari oleh berbagai kalangan. Komunitas ini juga menggunakan media patner agar pesan yang disampaikan tersebar luas melalui akun-akun instagram lainnya. Seperti akun instagram @bluskanampel, @boyolalikita, @enetrnalclotmaker, @mri\_boyolali, @kabareboyolali dan masih banyak lagi.

Menurut sajian data Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memiliki media sosial yaitu instagram dengan nama @ridingsantuyboyolali. Media sosial ini membantu penyebaran informasi Komunitas *Riding Santuy* Boyolali menjadi lebih mudah. Biasanya penyebaran informasi dengan cara mengupload pamphlet yang sudah dibuat oleh komunitas. Akun instagram kini sangat mudah untuk diakses dikalangan umur. Tidak hanya akun milik komunitas saja yang digunakan, namun juga menggunakan media patner, media patner yng biasanya membantu kegiatan ada @bluskanampel, @boyolalikita, @enetrnalclotmaker, @mri\_boyolali, @kabareboyolali dan masih banyak lagi.

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali tidak hanya terfokus saja dengan akun media sosial instagram yang dimiliki. Mereka juga meggunakan media massa berita online solopos.com, namun penggunaan media ini masih belum sering digunakan selama berdirinya komunitas. Terlihat hanya dua kali saja, namun juga sudah membantu dalam menyebarkan informasi dan kegiatan dari Komunitas *Riding Santuy* Boyolali. Menurut sajian data Kegiatan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali juga sudah masuk ke media massa. Seperti berita Solopos dengan judul Seratusan Motor Berkumpul di Monumen Tiga Menara Boyolali, Geng Motor. Berita tersebut menyampaikan berbagai informasi tentang Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, seperti

rute aksi *riding*, pengertian Komunitas *Riding Santuy Boyolali*, dan juga kegiatan aksi kemanusiaan.

## 2. Citra

Citra merupakan bagaimana cara pandang lingkungan kepada sebuah organisasi maupun perusahaan. Teori citra menurut Frank Jefkins yaitu Citra kesan kesan seseorang atau individu terhadap sesuatu yang muncul sebagai hasil dari suatu pengetahuan dan pengalamannya. Citra merupakan kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan Banyak perusahaan maupun organisasi sangat memahami pentingnya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra. Sehingga citra merupakan suatu persepsi masyarakat maupun publik kepada jati diri sebuah perusahaan, organisasi, maupun lembaga.

Banyak pandangan tentang Komunitas *Riding Santuy Boyolali*. Persepsi orang terhadap komunitas *Riding Santuy Boyolali* juga bermacam-macam, ada yang memandang buruk dan juga baik. Seperti yang disampaikan oleh Adriyana selaku anggota Komunitas *Riding Santuy Boyolali* :

“Tanggapan saya dengan adanya *Riding Santuy Boyolali*, awalnya saya befikir *Riding Santuy Boyolali* hanya sekumpulan anak motor yang bersenang-senang tanpa ada kegiatan lain yang hanya sekedar mengisi waktu luang saja. Tapi seteah saya tahu kegiatannya dibarengi dengan galang dana tau baksos, saya

menjadikan *Riding Santuy Boyolali* sebagai *priority activity* dalam *my list activity*.” (Wawancara dengan Adriyana, selaku anggota Komunitas *Riding Santuy Boyolali*, 1 Januari 2023)

Dilihat dari hasil wawancara tersebut dan menurut sajian data. Komunitas *Riding Santuy Boyolali* ada yang menganggap Komunitas *Riding Santuy Boyolali* sebelum mengetahui kegiatan positifnya, komunitas ini hanya sekumpulan anak motor yang bersenang-senang saja tanpa ada kegiatan lain yang hanya ingin mengisi waktu luang. Namun setelah mengetahui kegiatan yang positif, mereka menganggap Komunitas *Riding Santuy Boyolali* merupakan Sebagian dari aktivitas rutin disetiap bulannya.

Pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa sikap terhadap Komunitas *Riding Santuy Boyolali* setelah mengetahui kegiatan yang bermanfaat tersebut, bersikap dan berfikir Komunitas *Riding Santuy Boyolali* merupakan komunitas motor yang baik. Memiliki pandangan bahwa Komunitas *Riding Santuy Boyolali* berbeda dengan komunitas motor lainnya, sehingga memiliki sikap untuk ikut bergabung kedalam Komunitas *Riding Santuy Boyolali*.

Masyarakat tidak hanya memiliki pengetahuan terhadap Komunitas *Riding Santuy Boyolali* itu baik. Sebagian masyarakat masih memandang buruk akan Komunitas *Riding Santuy Boyolali*. Seperti yang disampaikan oleh Anggota Tim Inti Komunitas *Riding Santuy Boyolali* :

“Masyarakat itu saya netral saja, karena anggapan masyarakat disatu sisi masyarakat sudah melabeli motoran pasti ugal-ugalan, komunitas motor yang masih dilihat identik dengan hal-hal buruk. Meskipun Komunitas ini memiliki perbedaan dari komunitas motor lainnya, yang memiliki kegiatan yang baik. tetapi anggapan masyarakat masih buruk akan komunitas motor.” (Wawancara dengan Taufik Dwi Tanto selaku tim ini Komunitas *Riding Santuy* Boyolali, 1 Januari 2023

Pada hasil wawancara tersebut membuktikan bahwa Komunitas *Riding Santuy* Boyolali mencoba memperbaiki persepsi masyarakat akan buruknya komunitas motor. Ada dua persepsi masyarakat akan Komunitas *Riding santuy* Boyolali. Masyarakat masih menganggap komunitas motor itu buruk dan identik dengan ugal-ugalan. Meskipun Komunitas *Riding Santuy* Boyolali menurut sajian data Komunitas *Riding Santuy* Boyolali sudah melakukan kegiatan yang berbeda dari komunitas motor lainnya. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memiliki kegiatan yang positif di setiap bulannya. Komunitas *Riding Santuy* merancang berbagai kegiatan yang dianggap positif oleh masyarakat luas. Seperti halnya open donasi dan aksi kemanusiaan. Kegiatan ini ditujukan kepada orang-orang yang lebih membutuhkan, bahkan tidak jarang komunitas ini melakukan galang dana guna membantu masyarakat di Indonesia yang terkena bencana alam. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali tidak hanya melaksanakan kegiatan berbentuk hobi saja seperti *riding* dan *summori*, namun juga berakhir dengan kegiatan yang positif. Susunan acara



kegiatan biasanya adalah *Riding* atau *sunmori*, open donasi, berakhir nyantuy bareng.

Dapat diamati dari faktor pembentuk organisasi menurut Frank Jefkins yaitu :

1. Identitas Fisik

Secara fisik, suatu organisasi maupun individu dapat dilihat dari pengenalan visual seperti logo, logo, dan tempat suatu organisasi. Pada Komunitas *Riding Santuy* Boyolali sudah melakukan pengenalan visual yaitu logo. Logo Komunitas selalu dipakai dalam pamflet, bendera, dan sering kali dicetak ketika diadakan kegiatan galang dana. Komunitas ini juga membuat kaos yang biasanya diberi dengan logo komunitas tersebut dan mencantumkan tulisan Boyolali yang menjadikan ciri khas bahwa komunitas tersebut berada di Kabupaten Boyolali. Untuk membentuk citra dan memperbaiki citra Komunitas *Riding Santuy* Boyolal sudah melakukan kegiatan yyang menunjang dengan citra positif pada organisasinya.

2. Kualitas hasil, Mutu, dan Pelayanan

Sebuah produk yang sudah dirancang, baik berupa barang maupun jasa, merupakan mencerminkan kualitas

dari manajemen. Untuk menunjang hasil kebaikan mutu dimata konsumen, organisasi maupun perusahaan harus berupaya memaksimalkan pelayanan yang ada. Melihat pada sajian data kualitas hasil pada kegiatan sudah dapat dibilang baik, karena kegiatan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali selalu bisa memberikan donasi kepada orang yang menjadi tujuan. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali banyak digemari oleh anak-anak remaja, maupun pemuda pemudi di Kabupaten Boyolali. Ada banyak hal yang membuat mereka lebih tertarik dengan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dibanding dengan komunitas motor lainnya. Sehingga tanggapan mereka dengan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali sangat diterima dengan baik karena memiliki kegiatan yang positif, dan tujuan kegiatan yang jelas.

Keterbukaan penyaluran hasil donasi yang jelas membuat nilai baik tersendiri untuk komunitas tersebut. Karena hal yang ditakutkan oleh orang-orang adalah tidak ada tanggung jawab yang baik untuk masalah keuangan. Namun Komunitas *Riding Santuy* Boyolali ini hadir dengan keterbukaan, kejelasan dan tanggung jawab yang baik.

Pelayanan terhadap anggota komunitas juga dilakukan dengan baik. begitu juga dengan masyarakat. Komunitas ini selalu melakukan perizinan apabila melakukan kegiatan disuatu wilayah. Sehingga gesekan antar masyarakat menjadi berkurang dengan adanya sikap yang baik.

### 3. Aktivitas dan Pola Hubungan

Aktivitas dan pola hubungan pada faktor pembentuk citra merupakan aktivitas dan pola hubungan dengan individu jaringan dan sumber daya diluar organisasi maupun perusahaan yang mencerminkan citra dari sebuah organisasi.

Komunitas *Riding Santuy* Boyolali melakukan aktivitas dan pola hubungan dengan masyarakat maupun instansi lainnya dengan komunikasi yang baik dan juga dibuktikan dengan adanya bukti-bukti foto yang diunggah di media sosial. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali juga melakukan pola hubungan dengan cara membuka media patner seperti dalam sajian data yaitu komunitas saja yang digunakan, namun juga menggunakan media patner, media patner yng biasanya membantu kegiatan ada @blusukanampel, @boyolalikita, @enetrnalclotmaker, @mri\_boyolali, @kabareboyolali dan masih banyak lagi.

Aktivitas Komunitas *Riding Santuy* Boyolali juga tersusun dengan baik melalui rundown yang sudah dibuat yang biasanya ditulis pada pamflet yang disebarakan. Seperti pada sajian data Kegiatan ini ditujukan kepada orang-orang yang lebih membutuhkan, bahkan tidak jarang komunitas ini melakukan galang dana guna membantu masyarakat di Indonesia yang terkena bencana alam. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali tidak hanya melaksanakan kegiatan berbentuk hobi saja seperti *riding* dan *sunmori*, namun juga berakhir dengan kegiatan yang positif. Susunan acara kegiatan biasanya adalah *Riding* atau *sunmori*, open donasi, berakhir nyantuy bareng.

Kegiatan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali yang positif membuat cara pandang maupun persepsi masyarakat berbeda dan mengetahui kalau komunitas motor tidak serta merta dengan kegiatan yang buruk, meskipun masih ada saja masyarakat yang memandang buruk karena belum mengetahui kegiatan yang sebenarnya. Menurut sajian data Cara pandang masyarakat terhadap Komunitas *Riding Santuy* Boyolali ada berbeda-beda. Untuk masyarakat yang sudah mengetahui kegiatan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali mereka memandang komunitas ini baik dan bermanfaat untuk berbagai kalangan. Namun untuk masyarakat yang belum mengetahui akan kegiatan Komunitas

*Riding Santuy* Boyolali mereka masih memandang komunitas ini buruk, bahkan tidak segan-segan melabeli dengan hal-hal yang buruk.

Cara Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam memperbaiki citra komunitas di lihat dari komponen-komponen strategi komunikasi sudah berjalan dengan baik. Pada dasarnya masyarakat sudah memandang Komunitas *Riding Santuy* Boyolali itu baik dan bermanfaat bagi lingkungan sekitar jika mengetahui kegiatan yang dilakukan sehingga memiliki sikap yang baik akan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali. Meskipun pada dasarnya masyarakat yang memandang Komunitas *Riding Santuy* Boyolali itu buruk dengan karena masyarakat sering kali melihat komunitas motor kebanyakan berkegiatan dengan hal-hal yang buruk seperti ugal-ugalan, balapan liar dan lain sebagainya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Komunitas Riding Santuy Boyolali merupakan sekelompok orang yang memiliki kesamaan yang sama yaitu bermotor dengan santai. Komunitas *Riding Santuy Boyolali* berupaya memperbaiki citra positif di masyarakat, agar persepsi masyarakat akan komunitas motor tidak dengan kegiatan yang buruk. Cara memperbaiki citra positif di masyarakat dilihat dari komponen-komponen strategi komunikasi. Berikut komponen-komponen strategi komunikasi menurut Anwar Arifin dalam Komunitas *Riding Santuy Boyolali*.

1. Dalam melakukan strategi komunikasi dalam memperbaiki citra positif di masyarakat, terdapat komponen mengenal khalayak merupakan proses dari sebuah komunikasi. Pada tahap ini ada karakteristik khalayak ada tiga yaitu, mengetahui seberapa pengetahuan khalayak ramai terkait pokok permasalahan yang akan disampaikan, menggunakan media apa yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, dan penyesuaian kata yang digunakan kepada khalayak ramai agar pesan yang disampaikan lebih mudah. Khalayak yang menjadi sasaran Komunitas *Riding Santuy Boyolali* merupakan Masyarakat umum maupun remaja banyak memandang bahwa komunitas motor merupakan sebuah kelompok yang buruk.

2. Menyusun pesan Komunitas *Riding Santuy* Boyolali yaitu bahwa setiap komunitas motor tidak selalu memiliki kegiatan yang negative. Tetapi hadirnya komunitas motor juga bisa memiliki kegiatan yang positif dan bermanfaat untuk masyarakat luas. Dengan memperhatikan isi pesan yang akan dituliskan kedalam pamflet yang dibuat.
3. Menentukan metode, ada dua aspek metode dalam komunitas ini yaitu aspek pelaksanaannya Komunitas *Riding Santuy* Boyolali cara pelaksanaannya sudah menggunakan dua konsep kegiatan, yaitu online dan offline. Kegiatan online hanya dilaksanakan apabila tidak memungkinkan untuk aksi donasi. Kedua aspek bentuk isi yaitu Komunitas *Riding Santuy* Boyolali memilih memberikan pesan yang singkat melalui pamflet-pamflet yang disebar. Komunitas ini juga mencantumkan bagaimana kegiatan dan berusaha melaksanakan kegiatan seperti yang ditulis dalam pamflet nanti yang akan dilakukan.
4. Pemilihan media, media yang dipilih oleh Komunitas *Riding Santuy* Boyolali yaitu media sosial instagram, dan juga menggunakan media massa solopos.com, walaupun terlihat hanya dua kali diliput oleh media massa solopos.com.

Melihat dari komponen-komponen strategi komunikasi, Komunitas *Riding Santuy* Boyolali sudah menggunakan komponen-komponen strategi

komunikasi. Cara Komunitas *Riding santuy* Boyolali dalam memperbaiki citra juga dapat dilihat melalui faktor pembentuk citra, antara lain :

### 1. Identitas Fisik

Secara fisik, suatu organisasi maupun individu dapat dilihat dari pengenalan visual seperti logo, logo, dan tempat suatu organisasi. Pada Komunitas *Riding Santuy* Boyolali sudah melakukan pengenalan visual yaitu logo.

### 2. Kualitas, Mutu dan Pelayanan

Sebuah produk yang sudah dirancang, baik berupa barang maupun jasa, merupakan mencerminkan kualitas dari manajemen. Untuk menunjang hasil kebaikan mutu dimata konsumen, organisasi maupun perusahaan harus berupaya memaksimalkan pelayanan yang ada. Kualitas dan mutu dapat dilihat dari kegiatan komunitas dan hasil, dan pelayanan dapat dilihat dari tanggung jawab komunitas dengan hasil donasi.

### 3. Aktivitas dan Pola Hubungan

Aktivitas dan pola hubungan pada faktor pembentuk citra merupakan aktivitas dan pola hubungan dengan individu jaringan dan sumber daya diluar organisasi maupun perusahaan yang mencerminkan citra dari sebuah organisasi. Aktivitas komunitas yang positif dan pola hubungan dengan masyarakat yang selalu berkesinambungan.



## **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan metode studi deskriptif kualitatif yang menggunakan data primer yang didapat dari wawancara serta data sekunder dari membaca, memahami dan menelaah sumber data yang sudah ada dari dulu. Namun pada penelitian ini peneliti masih memiliki keterbatasan dalam penelitian, sebagai berikut :

1. Keterbatasan dalam mencari sumber data terdahulu dengan penelitian yang sama dikarenakan masih minimnya peneliti meneliti komunitas tersebut.
2. Keterbatasan saat melakukan wawancara dengan narasumber, karena adanya kesibukan masing-masing.
3. Keterbatasan saat melakukan penelitian lapangan, karena tidak adanya basecamp dan kegiatan yang akan dilakukan secara offline.

## **C. Saran**

Adapun saran yang ingin disampaikan mampu menjadi pertimbangan bagi semua pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Masyarakat harus melihat bahwa komunitas motor itu tidak selalu berada di kegiatan yang negatif, namun juga bisa menciptakan kegiatan yang positif dan membangun di masyarakat.
2. Remaja yang ada di Kabupaten Boyolali harus bisa memanfaatkan komunitas yang baik untuk kegiatan yang lebih baik lagi.

3. Bagi peneliti diharapkan dapat memahami dan lebih mendalam terkait dengan kegiatan yang ada dalam Komunitas *Riding Santuy* Boyolali.
4. Komunitas *Riding Santuy* Boyolali sebaiknya lebih mengoptimalkan kegiatan yang sudah dibuat, dan menciptakan kembali kegiatan yang lebih baik dan bermanfaat bagi semua kalangan.

## Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Arif Subyantoro, FX Suwanti. (2017). *Metode dan Tehnik Penelitian Sosial*. Yogyakarta C.V Andi Offset.
- Arni, Muhammad. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Atmaja, S., & Dewi, R. (2018). Komunikasi Organisasi (Suatu Tinjauan Teoritis Dan Praktis). *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 3(2), 192. <https://doi.org/10.33376/ik.v3i2.234>
- Bungin, Burhan. (2008). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public, Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana
- Effendy, Onong Uchjana. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Hardjana, Andre. (2016). *Komunikasi Organisasi Strategi dan Kompetensi*. Jakarta : PT Kompas Media Nusantara.
- John M. Ivancevich, Robert Konopaske, Michael T. Matteson. (2006). *Perilaku Dan Manajemen Organisasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kustadi, Suhandang. (2014). *Strategi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rodakarya.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. (2005). *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Editor: Dedy Mulyana. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Satlina, Lena. (2018). *Membangun Citra Positif Organisasi Melalui Public Relations*. Unpublished Work.
- S. Djuarsa Senjaya. (1994). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Silviani, I. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Surabaya : Scopindo Media Pustaka.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Soemirat, S. & Ardianto, E. (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya.
- Syrifuddin S. Gassing dan Suryanto. *Public Relation*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.
- Agama, I., Negeri, I., Abdurrahman, S., & Bangka, S. (2021). *Strategi Public Relations dalam Membangun Citra dalam Membangun Citra Organisasi ( Studi Deskriptif pada Lembaga Dakwah Islam Indonesia ( LDII )*
- Apriananta, Y. J., & Wijaya, L. S. (2018). *Penggunaan Website Dan Media Sosial*

- Dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi. *Jurnal Komunikatif*, 7(2), 187–209. <https://doi.org/10.33508/jk.v7i2.1750>
- Atmaja, S., & Dewi, R. (2018). Komunikasi Organisasi (Suatu Tinjauan Teoritis Dan Praktis). *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi*, 3(2), 192. <https://doi.org/10.33376/ik.v3i2.234>
- Barlian, D. H. & U. C. (2012). Komunikasi Dalam Organisasi. *Teori Organisasi Umum*, 1(1), 1–12.
- Firmansyah, Y., & Oktaviani, F. (2018). Strategi Komunikasi Komunitas Pungklung Dalam Membangun Citra Positif Di Masyarakat. *Jurnal Signal*, 6(2), 1–12. <https://doi.org/10.33603/signal.v6i2.1318>
- Gandasari, D., Putu, D., Ardiana, Y., & Purba, B. (2021). *Komunikasi Organisasi : Teori , Inovasi dan Etika* (Issue April).
- Luas, A. F., Sondakh, M., & Londa, J. (2020). Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Menunjang Program Pengurangan Kemasan Plastik Pada Masyarakat Kelurahan Tosuraya Barat | Luas | Acta Diurna Komunikasi. *Acta Diurna Komunikasi*, 1–14. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/27106>
- Rokhim, M. N., Septiasih, A., Triana, D. E., Nivaga, P. S., & Janah, M. U. (2022). Metafora Konseptual Lima Jari dalam Sastra Jawa: Analisis Semantik Kognitif. *Sutasoma : Jurnal Sastra Jawa*, 10(1), 10–21. <https://doi.org/10.15294/sutasoma.v10i1.52868>
- Sholichah, A. M., Islam, U., Sunan, N., Surabaya, A., Dakwah, F., Komunikasi, D. A. N., Komunikasi, J., Studi, P., & Komunikasi, I. (2018). *No Title*.
- Zamzami, & Sahana, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Journal Educational Research and Social Studies*, 2(April), 1–10.   
<https://www.solopos.com/membeludak-aksi-riding-bareng-dan-bakti-sosial-galeri-astrea-boyolali-1406736>   
<https://www.solopos.com/seratusan-motor-berkumpul-di-monumen-tiga-menara-boyolali-geng-motor-1298226>

## **Lampiran 1.**

### **Interview Guide**

**Narasumber I : Joko sulisno**

**Jabatan : Koordinator Komunitas Riding Santuy Boyolali**

#### **A. Identifikasi dari Informan**

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jabatan :

#### **B. Pertanyaan**

1. Apa yang anda ketahui tentang Komunitas Riding santuy Boyolali?
2. Bagaimana awal terbentuknya Riding Santuy Boyolali? (Sejarah)
3. Apa syarat menjadi bagian dari Riding Santuy Boyolali?
4. Apa alasan anda menyukai Riding Santuy Boyolali?
5. Apa faktor yang menyebabkan Riding Santuy Boyolali berkembang di kalangan pemuda maupun masyarakat di Kabupaten Boyolali?
6. Bagaimana bentuk-bentuk kegiatan yang diadakan Riding Santuy Boyolali?
7. Apa yang membedakan Riding Santuy Boyolali dengan kelompok komunitas motor lain dilihat dari gaya hidupnya?
8. Apa tujuan dari kegiatan di Riding Santuy Boyolali?
9. Apa saja kendala yang dihadapi ketika kegiatan pada Komunitas Riding Santuy?

10. Bagaimana cara menghadapi kendala-kendala yang ada saat kegiatan?
11. Bagaimana dampak positif dari Riding Santuy kepada masyarakat di Boyolali?
12. Bagaimana dampak positif dari kegiatan di komunitas Riding Santuy untuk orang yang bergabung?
13. Apa media yang digunakan guna memperlancar kegiatan di Komunitas Riding Santuy? Mengapa menggunakan media tersebut?
14. Bagaimana menentukan subjek untuk penerima aksi kemanusiaan?
15. Bagaimana menjalin komunikasi dengan orang-orang yang bergabung, sehingga mereka merasa Riding Santuy ini memiliki dampak yang positif?
16. Bagaimana cara pandang masyarakat terhadap Komunitas *Riding Santuy* Boyolali?

**Narasumber 2 : Taufik Dwi Tanto**

**Jabatan : Tim Inti Komunitas Riding Santuy Boyolali**

A. Identifikasi dari Informan

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jabatan :

B. Pertanyaan

1. Apa yang anda ketahui tentang Riding santuy Boyolali?
2. Apa alasan anda menyukai Riding Santuy Boyolali?

3. Apa tanggapan anda tentang Riding Santuy Boyolali?
4. Bagaimana dampak positif dari kegiatan di Komunitas Riding Santuy untuk diri sendiri?
5. Bagaimana dampak positif dari Riding Santuy kepada Masyarakat di Boyolali
6. Apa kendala anda saat mengikuti kegiatan di Riding Santuy?
7. Seberapa sering anda mengikuti kegiatan di Riding Santuy?
8. Bagaimana anda mengetahui setiap kegiatan di Riding Santuy?
9. Bagaimana saran anda terhadap kegiatan yang dilakukan oleh Riding Santuy Boyolali?

**Narasumber 3 : Adriyana**

**Jabatan : Anggota Komunitas Riding Santuy Boyolali**

**A. Identifikasi dari Informan**

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jabatan :

**B. Pertanyaan**

1. Apa yang anda ketahui tentang Riding santuy Boyolali?
2. Apa alasan anda menyukai Riding Santuy Boyolali?
3. Apa tanggapan anda tentang Riding Santuy Boyolali?
4. Bagaimana dampak positif dari kegiatan di Komunitas Riding Santuy untuk diri sendiri?

5. Bagaimana dampak positif dari Riding Santuy kepada Masyarakat di Boyolali?
6. Bagaimana anda mengetahui setiap kegiatan di Riding Santuy?
7. Apakah sering anda mengikuti kegiatan di Riding Santuy Boyolali?
8. Bagaimana Saran terhadap kegiatan yang dilakukan oleh Riding santuy Boyolali?
9. Darimana anda mengetahui komunitas Riding Santuy Boyolali?



## Lampiran 2.

### Transkrip Wawancara

#### 1. Narasumber : Joko Sulisno

**Jabatan** : Koordinator Komunitas *Rding Santuy Boyolali*

**Alamat** : Sidomulyo, Ampel

**Waktu** : Jum'at, 30 Desember 2022.

**Tempat** : Halaman Kantor Pemerintahan Desa Gladagsari

**Keterangan** : P = Peneliti, N = Narasumber

P	Apa yang anda ketahui tentang Komunitas Riding santuy Boyolali?
N	Kalu komunitas motor dari sudut pandang yang ada merupakan sekelompok orang yang memiliki hobi yang sama dalam satu wadah. Namun masyarakat memandang komunitas motor itu buruk, karena sering kali yang dilihat yaitu ugal-ugalan, balapan liar dan lain sebagainya. Sedangkan Komunitas <i>Riding Santuy Boyolali</i> merupakan suatu sekelompok pemuda maupun orang yang memiliki hobi <i>riding</i> maupun <i>sunmori</i> , namun tidak hanya berkegiatan itu saja tapi berpuncak dan terfokus pada kegiatan aksi kemanusiaan, atau open donasi.
P	Bagaimana awal terbentuknya Riding Santuy Boyolali? (Sejarah)
N	Berawal dari iseng sebatas hobi riding dan motoran saja, lalu membuat akun Instagram tersebut dengan nama akun @ridingsantuyboyolali. Lalu membuat kegiatan event boyolali motoran, dan masa yang ikut kegiatan awal-awal sedikit, hanya 10 orang. Lalu sengaja tiap bulannya membuat kegiatan yang sama, Alhamdulillah orang yang mengikuti sedikit demi sedikit bertambah disetiap bulannya. Berhubung disetiap bulannya orang yang mengikuti kegiatan bertambah, saya mempunyai gagasan kalau setiap kegiatan <i>riding</i> dimanfaatkan gimna caranya menghasilkan kegiatan

	<p>yang bermanfaat, maka dari itu saya selalu melakukan open donasi. Kegiatan open donasi ini membuat rasa ingin kembali melakukan kegiatan <i>riding</i> dan open donasi disetiap bulannya. Sehingga sampai sekarang kegiatannya utamanya open donasi.</p> <p>Komunitas ini berawal dari hanya nama akun Instagram saja, tidak ada niatan untuk mendirikan komunitas. Namun berjalannya waktu malah menjadi suatu komunitas motor. Kegiatan komunitas <i>Riding Santuy Boyolali</i> di mulai pada 7 Juli 2020, dan tanggal tersebut saya buat menjadi tanggal lahir komunitas ini. Disaat awal kegiatan dimulai distu pula pandemic covid-19 ada, ya gimana lagi awal-awal pandemic kami sempat nekad untuk tetap melakukan kegiatan sampai pernah suatu waktu di bubarkan oleh aparat berwajib. Sehingga kami memilih jalan keluar dengan open donasi online, dengan menyebarkan pamflet-pamflet.</p>
P	Apa syarat menjadi bagian dari <i>Riding Santuy Boyolali</i> ?
N	Untuk keanggotaan pada <i>Riding Santuy Boyolali</i> tidak ada syarat tertentu untuk bergabung, jadi semuanya bebas boleh siapa saja ikut kegiatan <i>Riding Santuy Boyolali</i>
P	Apa alasan anda menyukai <i>Riding Santuy Boyolali</i> ?
N	Alasan saya menyukai <i>riding Santuy Boyolali</i> , karena beranjak dari hobi saya yang suka bermotoran santai. Dan lewat komunitas <i>Riding Santuy Boyolali</i> ini saya dapat menikmati hobi saya bersama teman-teman dan berakhir dengan kegiatan yang positif.
P	Apa faktor yang menyebabkan <i>Riding Santuy Boyolali</i> berkembang di kalangan pemuda maupun masyarakat di Kabupaten Boyolali? Siapa saja sasaran dari kegiatannya?
N	Faktor yang menyebabkan <i>Riding Santuy Boyolali</i> ini berkembang dengan pesat di kalangan pemuda maupun masyarakat yaitu

	<p>komunitas ini tidak ada syarat untuk dapat bergabung, dan kegiatan dari komunitas ini juga bertujuan untuk open donasi. Sehingga pandangan buruk akan komunitas motor dapat hilang dengan adanya Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali ini. Sehingga banyak pemikiran dan pandangan yang baik terhadap Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali karena juga kegiatannya bermanfaat untuk masyarakat sekitar yang lebih membutuhkan.</p> <p>Sasaran dari komunitas ini merupakan masyarakat di Kabupaten Boyolali sendiri, dan juga pemuda-pemuda yang ada di Kabupaten Boyolali.</p>
P	Bagaimana bentuk-bentuk kegiatan yang diadakan <i>Riding Santuy</i> Boyolali?
N	Kegiatan yang ada di Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali ini kegiatan utamanya yaitu open donasi maupun aksi kemanusiaan. Namun diselingi dengan kegiatan seperti <i>summori</i> , <i>riding</i> , berkumpul bersama, anniversary. Namun kegiatan yang dilakukan setiap bulannya yaitu open donasi atau aksi kemanusiaan.
P	Apa yang membedakan <i>Riding Santuy</i> Boyolali dengan kelompok komunitas motor lain dilihat dari gaya hidupnya?
N	Perbedaan dari Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali dengan komunitas motor lainnya yaitu menyalurkan hobi tidak hanya untuk bersenang-senang melainkan mengkolaborasikan hobi untuk sesuatu yang lebih bermanfaat untuk di dunia maupun diakhirat nanti. Melalui Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali ini mencoba tampil berbeda dengan selalu open donasi di setiap bulannya yang ditujukan bagi mereka yang lebih membutuhkan.
P	Apa tujuan dari kegiatan di <i>Riding Santuy</i> Boyolali?

N	Tujuan utama dari Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali sendiri yaitu ingin mengajak generasi muda agar lebih peduli terhadap mereka yang lebih membutuhkan.
P	Apa saja kendala yang dihadapi ketika kegiatan pada Komunitas <i>Riding Santuy</i> ?
N	Kendala yang sering dialami oleh Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali yaitu faktor cuaca yang tidak tentu, sehingga sulit untuk memprediksi waktu pelaksanaan kegiatan.
P	Bagaimana cara menghadapi kendala-kendala yang ada saat kegiatan?
N	Biasanya kalau sudah terkendala dengan cuaca kegiatan <i>sunmori, riding</i> dan lain sebagainya tidak dapat dilakukan, namun kegiatan utama dari komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali ini ikan open donasi, y akita tetap buat kegiatan open donasi namun secara online, dengan menebarkan pamflet-pamflet melalui sosial media, sehingga kegiatan rutin tiap bulannya tetap dapat dilakukan.
P	Bagaimana dampak positif dari <i>Riding Santuy</i> kepada masyarakat di Boyolali?
N	Dampak positif Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali untuk masyarakat sendiri mereka merasa lebih terbantu dengan adanya open donasi yang ditujukan kepada masyarakat yang kurang mampu, dan masyarakat juga bisa ikut memberikan sedikit rezekinya untuk disalurkan kepada yang lebih membutuhkan.
P	Bagaimana dampak positif dari kegiatan di komunitas <i>Riding Santuy</i> untuk orang yang bergabung?
N	Dampak positi untuk orang yang gabung dengan kegiatan Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali yaitu menambah relasi tentunya, dan juga menumbuhkan sikap kepedulian kepada lingkungan sekitar yang

	lebih membutuhkan dan juga mengajarkan untuk tetap bersyukur disetiap keadaanya.
P	Apa media yang digunakan guna memperlancar kegiatan di Komunitas Riding Santuy? Mengapa menggunakan media tersebut?
N	Biasanya media yang sering digunakan oleh Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali melalui akun sosial media instagram yang namanya @ridingsantuyboyolali dan biasanya dibantu dengan media partner atau support media dari @bluskanampel, @boyolalikita, @enetrnalclotmaker, @mri_boyolali, @kabareboyolali dan masih banyak lagi.
P	Bagaimana menentukan subjek untuk penerima aksi kemanusiaan?
N	Untuk menentukan subjek penerima biasanya ada informasi dari teman-teman, dan biasanya saya sendiri yang mencari. Kalau ada banyak subjek gitu biasanya di pilih lagi dan menggali informasi mana yang lebih membutuhkan.
P	Bagaimana menjalin komunikasi dengan orang-orang yang bergabung, sehingga mereka merasa Riding Santuy ini memiliki dampak yang positif?
N	Untuk menjalin komunikasi dengan mereka yang bergabung biasanya ikut dengan obrolan-obrolan kecil begitu, kebanyakan dari mereka sudah merasa dan memiliki dampak positif dari kegiatan Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali, karena mereka kebanyakan sudah memandang komunitas ini berbeda dari komunitas motor lainnya, dan memiliki nilai positif tersendiri dari bergabung ke Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali.
P	Bagaimana cara pandang masyarakat terhadap Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali?

N	Untuk cara pandang masyarakat sendiri dengan Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali, kalau untuk masyarakat yang sudah mengetahui perihal kegiatan komunitas yang positif begini ya mereka memandang komunitas motor itu baik, namun kalau yang belum mengetahui akan kegiatan dari kita ya memandang komunitas motor itu buruk bahkan dilabeli dengan hal-hal yang buruk juga. Tapi kebanyakan yang sudah paham akan Komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali ya dipandang sudah baik tidak seperti komunitas motor pada umumnya, walaupun masih ada saja yang memandang buruk.
---	--

**2. Narasumber : Taufik Dwi Tanto**

**Jabatan : Tim Inti Komunitas *Riding Santuy* Boyolali**

**Alamat : Bakalan, Tanduk, Ampel, Boyolali**

**Waktu : Minggu, 1 Januari 2022**

**Tempat : Via Online Whatsapp**

**Keterangan : P=Peneliti, N=Narasumber**

P	Apa yang anda ketahui tentang Komunitas <i>Riding santuy</i> Boyolali?
N	<i>Riding Santuy</i> Boyolali merupakan sebuah akun sosial media yang merangkul semua komunitas sepeda motor yang ada di Boyolali khususnya, dan kalau dibilang komunitas sih bukan, karena di <i>Riding Santuy</i> Boyolali hanya ada akun sosial media dan adminnya saja, tidak ada ketua dan jajarannya serta tidak memiliki keanggotaan.
P	Apa alasan anda menyukai <i>Riding Santuy</i> Boyolali?
N	Saya menyukai <i>Riding Santuy</i> Boyolali karena pengendara tidak dituntut untuk selalu hadir dalam sebuah kegiatan <i>riding</i> , dan satu lagi yang saya sukai dari <i>Riding Santuy</i> Boyolali itu mereka bukan hanya berkegiatan <i>riding</i> keliling kota, mereka juga sebisa mungkin untuk

	open donasi atau kotak kardus keliling (infak) yang hasilnya akan di donasikan kepada yang lebih membutuhkan.
P	Apa tanggapan anda tentang Riding Santuy Boyolali?
N	Tanggapan saya terhadap <i>riding Santuy</i> Boyolali bagus, di Boyolali ada suatu akun sosial media yang bisa mengumpulkan komunitas motor di Kabupaten Boyolali bahkan tidak jarang komunitas dari luar Kabupaten Boyolali seperti Semarang, Klaten, dan Karanganyar juga ikut hadir walaupun hanya perwakilan saja.
P	Bagaimana dampak positif dari kegiatan di Komunitas Riding Santuy untuk diri sendiri?
N	Dampak untuk diri saya sendiri yaitu sebagai pergerakan positif di hari weekend, dan saya menganggap <i>riding</i> sekalian mencari pahala.
P	Bagaimana dampak positif dari Riding Santuy kepada Masyarakat di Boyolali?
N	Kalau dampak positif buat masyarakat itu saya netral saja, karena anggapan masyarakat disatu sisi masyarakat sudah melabeli motoran pasti ugal-ugalan, komunitas motor yang masih dilihat identik dengan hal-hal buruk. Meskipun Komunitas ini memiliki perbedaan dari komunitas motor lainnya, yang memiliki kegiatan yang baik. tetapi anggapan masyarakat masih buruk akan komunitas motor.
P	Apa kendala anda saat mengikuti kegiatan di Riding Santuy?
N	Selama ini tidak menemui kendala, hanya saja kendala cuaca saja ketika cuaca hujan.
P	Seberapa sering anda mengikuti kegiatan di Riding Santuy?
N	Kalau saya ketika pulang ke Boyolali dan tidak ada acara saya selalu ikut kegiatan <i>Riding Santuy</i> Boyolali, apalagi saya juga dekat sama adminnya <i>Riding Santuy</i> Boyolali yaitu Mas Sulis.

	(karena yang menjadi kendala saya kerja di Kendal, dan pulang hari sabtu sore)
P	Bagaimana anda mengetahui setiap kegiatan di Riding Santuy?
N	Saya mengetahui <i>Riding Santuy</i> Boyolali melalui akun instagramnya, dan juga dari status whatsapp mas adminnya.
P	Bagaimana saran anda terhadap kegiatan yang dilakukan oleh Riding Santuy Boyolali?
N	Saran saya dengan komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali agar tetap mengadakan <i>riding</i> setidaknya stau bulan satu kali, dengan tetap menjaga sopan santun sesama pengguna jalan lainnya dan tidak arogan.

**3. Narasumber : Andriyana**

**Jabatan : Anggota Komunitas Riding Santuy Boyolali**

**Alamat : Kaliwungu, Semarang**

**Waktu : Minggu, 1 Januari 2023**

**Tempat : via Online Whatsapp**

**Keterangan : P = Peneliti, N = Narasumber**

P	Apa yang anda ketahui tentang Komunitas Riding santuy Boyolali?
N	Komunitas <i>riding Santuy</i> Boyolali itu merupakan sekumpulan anak-anak motor, lebih tepatnya anak yang suka motoran atau jalan-jalan singkat. Dengan kegiatan utamanya yaitu galang dana, entah itu untuk warga sekitar ataupun bencana alam. Biasanya diadakan sebulan sekali.
P	Apa alasan anda menyukai Riding Santuy Boyolali?
N	Alasan saya menyukai <i>Riding Santuy</i> Boyolali yaitu karena kegiatannya yang baik. Selain menyenangkan karena banyak teman



	untuk menambah relasi, kegiatan ini juga bermanfaat. Sehingga sangat baik untuk di dukung dari segi manapun.
P	Apa tanggapan anda tentang Riding Santuy Boyolali?
N	Tanggapan saya dengan adanya <i>Riding Santuy</i> Boyolali, awalnya saya befikir <i>Riding Santuy</i> Boyolali hanya sekumpulan anak motor yang bersenang-senang tanpa ada kegiatan lain yang hanya sekedar mengisi waktu luang saja. Tapi seteah saya tahu kegiatannya dibarengi dengan galang dana tau baksos, saya menjadikan <i>Riding Santuy</i> Boyolali sebagai <i>priority activity</i> dalam <i>my list activity</i> . Selain kegiatannya yang bermanfaat juga <i>so many kind people</i> di <i>Riding Santuy</i> Boyolali itu. Dan juga, penyaluran dana itu jelas. Dari hasil yang didapat berapa, kan didonasikan kemana dan kapan, itu semua jelas dan terbuka.
P	Bagaimana dampak positif dari kegiatan di Komunitas Riding Santuy untuk diri sendiri?
N	Dampak Positif untuk diri sendiri, saya bisa menambah relasi. Bukan hanya pertemanan tapi bisnis. Selain itu, biasanya untuk donasi saya terkdanag masih meragukan? “apakah yang meanyalurkan Amanah?!”. Tapi setelah saya mengikuti kegiatan ini dan mengenal admin komunitas <i>Riding Santuy</i> Boyolali, saya lebih bisa disalurkan dengan baik dan tepat sasaran.
P	Bagaimana dampak positif dari Riding Santuy kepada Masyarakat di Boyolali?
N	Dampak untuk masyarakat sekitar, masyarakat sekitar terbantu dengan adanya kegatan ini. Karena tidak semua orang itu “mampu”, sehingga dengan adanya kegiatan ini, dari yang sekecil apapun bisa

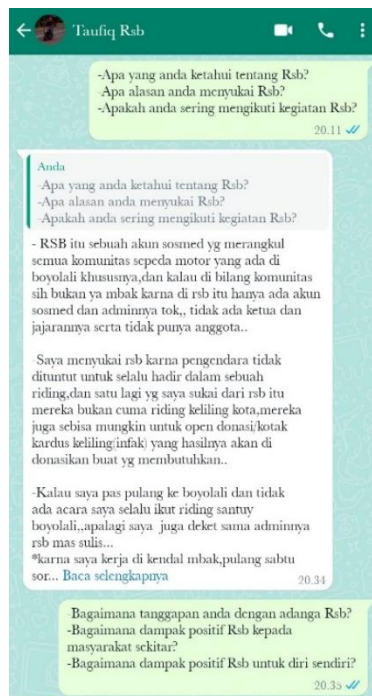
	banyak membantu terlebih yang mengikuti kegiatan <i>Riding Santuy Boyolali</i> bisa dibilang cukup banyak.
P	Darimana anda mengetahui komunitas <i>Riding Santuy Boyolali</i> ?
N	Kalau untuk kegiatan biasanya dari adminnya langsung. Atau kadang dapat info dari temen dan langsung saya tanyakan ke koordinatornya <i>Riding Santuy Boyolali</i> atau mas sulis biar pasti.
P	Apakah sering anda mengikuti kegiatan di <i>Riding Santuy Boyolali</i> ?
N	Saya sering megikuti kegiatan dari <i>Riding Santuy Boyolali</i> .
P	Bagaimana Saran terhadap kegiatan yang dilakukan oleh <i>Riding santuy Boyolali</i> ?
N	Saran saya untuk kegiatannya mungkin belum ada, karena komunitas <i>Riding Santuy Boyolali</i> itu masih fleksibel dantidak ada unsur mengekang. Mungkin bisa ditambah aturan saat kegiatan <i>riding</i> , untuk para membersnya lebih ditegas lagi dalam hal tertib berkendara.
P	Apa kendala anda saat mengikuti kegiatan komunitas <i>Riding Santuy Boyolali</i> ?
N	Untuk kendala ada di waktu. Karena entah kenapa, setiap acara komunitas <i>Riding Santuy Boyolali</i> diadakan di hari itu juga ada kegiatan yang bisa dibilang sama pentingnya. Jadi dalam sehari bisa ada dua pilihan kegiatan penting.

## Lampiran 3

### Foto Sesi Wawancara



Wawancara dengan Joko Sulisno selaku  
Koordinator Komunitas *Riding Santuy* Boyolali  
Jum'at, 30 Desember 2022, di halaman kantor pemerintahan Desa Gladagsari



Wawancara dengan Taufik Dwi Tanto selaku Tim Inti Komunitas RSB  
Minggu, 01 Januari 2023 Via WhatsApp



Wawancara dengan Adriyana selaku Anggota Komunitas RSB  
Minggu, 01 Januari 2023 Via WhatsApp

## Lampiran 4

### Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo Telp. (0271) 781516 Fax (0271) 782774  
Homepage : www.iain-surakarta.ac.id E-mail: fud.uin@iain-surakarta.ac.id

Nomor : B- 4721/Un.20/F.I/PP.01.1/12/2022 Surakarta, 19 Desember 2022  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.  
Ketua Komunitas Riding Santuy Boyolali  
Di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Islah, M. Ag  
NIP : 19730522 200312 1 001  
Pangkat : Pembina/(IV/a)  
Jabatan : Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
UIN Raden Mas Said Surakarta

Memohon izin Penelitian bagi mahasiswa kami:

Nama : Ummi Nur Hidayati  
NIM : 191211128  
Program Studi : Kcmunikasi dan Penyiaran Islam

Waktu Penelitian : 20 Desember 2022 – 20 Februari 2023  
Lokasi : Komunitas Riding Santuy Boyolali  
Judul Penelitian : Strategi komunikasi komunitas Riding Santuy Boyolali  
dalam Memperbaiki Citra Positif di Masyarakat

Demikian surat ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Dr. Islah, M. Ag  
NIP. 19730522 200312 1 001

## Lampiran 5

### Balasan Surat Izin Penelitian



No : 001/RSB/XII/2022

Boyolali, 29 Desember 2022

Hal : **Balasan Surat Izin Penelitian**

Yth. **Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN RMS**

Di Tempat

*Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.*

Dengan Hormat,

Menindak lanjuti surat dari Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Fakultas Ushuluddin dan Dakwah No. B-4721/Un.20/F.I/PP.01/12/2022

Pengurus Komunitas Riding Santuy Boyolali dapat memberikan izin dan memfasilitasi kepada mahasiswa/i:

Nama : **UMMI NUR HIDAYATI**  
Nomor Induk Mahasiswa : **191211128**  
Program Studi : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**  
Waktu penelitian : **20 Desember 2022 – 20 Februari 2023**  
Keperluan : **Strategi Komunikasi Komunitas *Riding Santuy* Boyolali dalam Memperbaiki Citra Positif di Masyarakat**

Demikian surat balasan ini kami sampaikan, semoga berkenan dan dapat dipahami sebagaimana yang kami sampaikan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Ketua Komunitas RSB

**Joko Sulisno**

## **Lampiran 6**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS**

#### **DATA PRIBADI**

Nama : Ummi Nur Hidayati  
Tempat, Tanggal Lahir : Kab. Boyolali, 18 Maret 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Karang Sari, Ngenden, Ampel, Boyolali, Jawa Tengah  
Status : Mahasiswa  
Kewarganegaraan : Indonesia  
No. Hp : 0812 9082 0594  
E-mail : ummihidayah18@gmail.com

#### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

2005-2007 : TK IT AN-NUR AMPEL  
2007-2013 : SD IT AN-NUR AMPEL  
2013-2016 : SMP ISLAM BINA INSANI  
2016-2019 : SMA ISLAM BINA INSANI  
2019-Sekarang : Menempuh Jenjang S1 Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN  
Raden Mas Said Surakarta

#### **RIWAYAT ORGANISASI**

2018-2019 : Ketua Rohis Organisasi Santri Bina Insani  
2021-2022 : Staff Dakwah dan Riset HMPS KPI UIN RMS  
2021-2022 : Wakil Sekretaris PMII Rayon Abdurrahman Wahid  
2022 : Staff Adkesma DEMA FUD UIN RMS  
2022 : Sekretaris Divisi Sholawat UKM JQH Al-Wustha