

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini menjawab rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana strategi komunikasi anggota R15TIMEWA Yogyakarta dalam pembentukan citra kepada masyarakat.

Peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal dan strategi komunikasi pada anggota R15TIMEWA Yogyakarta tidak mudah, hal ini terlihat dari citra klub motor dimasyarakat dipandang kurang baik. Padahal, klub motor seperti R15TIMEWA Yogyakarta menjalankan agenda-agenda dan mempunyai tujuan yang jelas serta perilaku yang baik dalam memberikan manfaat kepada masyarakat. Oleh karena itu, R15TIMEWA Yogyakarta menerapkan komunikasi interpersonal dan strategi komunikasi dalam pembentukan citra kepada masyarakat.

Maka, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal anggota R15TIMEWA Yogyakarta, sebagai berikut:

1. Sumber-Penerima (*Source-Receiver*)

Komunikasi dapat dilakukan oleh siapa saja di dalam klub R15TIMEWA Yogyakarta tidak hanya pengurus tetapi juga anggota dapat sebagai komunikator ataupun komunikan.

2. Kode (*Encoding-Decoding*)

Kegiatan atau agenda yang dilakukan oleh klub R15TIMEWA Yogyakarta memberikan dan menyentuh masyarakat secara langsung. Seperti melakukan *touring* dengan menyapa para pengguna jalan serta memberikan bantuan sosial kepada masyarakat, maka *encoding* melalui para anggota dan *decoding* yaitu mencakup masyarakat.

3. Pesan (*Message*)

Penyampaian pesan yang dilakukan kepada masyarakat dari kegiatan agenda rutin memberikan tanggapan yang baik. Hal ini membuktikan klub R15TIMEWA Yogyakarta dipandang *positif* bagi masyarakat umum dalam memberikan dukungan satu sama lainnya yang telah diterapkan dari klub, sehingga menjalin respon yang baik.

4. Saluran (*Channels*)

Saluran lapisan masyarakat menjadikan sebuah media utama pada klub R15TIMEWA Yogyakarta, hal ini dengan menjalankan kegiatan internal maupun eksternal yang mencakup kepedulian dengan berharap masyarakat tidak memandang buruk mengenai klub motor.

5. Hambatan (*Noise*)

Adapun beberapa hambatan yang bersumber dari internal klub dikarenakan latar belakang anggota berbeda-beda seperti kurang menguasai bahasa jawa dimana klub R15TIMEWA Yogyakarta ini berdiri di wilayah Yogyakarta.

6. Makna (*Context*)

Dalam penyampaian pesan makna terhadap anggota untuk menjalankan kegiatan internal maupun eksternal selalu melakukan musyawarah bersama dalam membahas kegiatan atau agenda ke depannya. Hal ini dilakukan untuk kegiatan atau agenda yang akan dilaksanakan telah dipersiapkan dengan matang. Sehingga tidak merugikan citra yang buruk terhadap klub R15TIMEWA Yogyakarta.

7. Etika (*Ethics*)

Tentunya dalam penyampaian pesan menggunakan etika yang dipegang teguh untuk saling menghargai dan menghormati satu sama lain. Hal ini ditanamkan seluruh anggota R15TIMEWA Yogyakarta untuk mencerminkan tingkah laku yang baik dari

anggota itu sendiri hingga sesama pengguna jalan ataupun masyarakat.

Adapun strategi komunikasi yang dilakukan anggota klub R15TIMEWA Yogyakarta, sebagai berikut:

1. Komunikator

Sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan dan informasi dapat dilakukan dengan baik dan jelas, anggota klub motor R15TIMEWA Yogyakarta tidak hanya menunjuk satu orang saja untuk menjadikan sebagai komunikator dengan memberikan kritik dan saran dalam melaksanakan kegiatan atau agenda pada klub motor R15TIMEWA Yogyakarta.

2. Khalayak Sasaran

Masyarakat menjadi khalayak sasaran pada klub motor R15TIMEWA Yogyakarta dalam pembentukan citra yang *positif*. Hal ini dilakukan untuk membantu masyarakat yang terkena musibah dengan memberikan bantuan sosial, membagikan takjil, silaturahmi ke rumah anggota klub R15TIMEWA Yogyakarta dan sebagainya.

3. Pesan Komunikasi

Dalam penyampaian pesan yang dilakukan pada anggota klub motor R15TIMEWA Yogyakarta kepada masyarakat dengan menjalankan serangkaian kegiatan atau agenda yang dilakukan dapat memberikan pesan bahwa klub motor R15TIMEWA Yogyakarta merupakan wadah klub motor yang baik.

4. Media Komunikasi

Penggunaan *platform* media sosial *facebook* dan *instagram* sangat efektif sebagai media penyampaian informasi dan promosi pada klub motor R15TIMEWA Yogyakarta kepada masyarakat luas.

5.2 Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk R15TIMEWA Yogyakarta
 - a. Selalu tetap mempertahankan komunikasi dan perilaku yang baik sesama anggota maupun masyarakat agar klub motor tidak dipandang buruk.
 - b. Selalu menjalankan kegiatan rutin dan menjalin keakraban antar sesama anggota maupun masyarakat agar tidak merugikan satu sama lainnya.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya
 - a. Bagi peneliti, peneliti menyarankan tidak meneliti satu klub saja, tetapi dapat meneliti tentang permasalahan yang timbul pada beberapa klub motor lainnya.
 - b. Peneliti berharap dari penelitian ini menjadi referensi hal yang baru terkait pembahasan tentang klub motor terutama di wilayah Kota Yogyakarta.