

Aktivitas Komunitas Sepeda dalam Gerakan Membangun Budaya Bersepeda di Kota Bandung

Arya Rivandra*, Mohamad Subur Drajat

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*aryarvndra@gmail.com, msuburdrajat@gmail.com

Abstract. This study aims to see the activities of the bicycle community in the city of Bandung in the campaign to build a cycling culture. Cycling culture refers to a habit of using bicycle transportation in their daily lives, there are still many cyclists who are still not orderly in traffic. The presence of Forkom Bandung Raya is an alternative forum in carrying out activities regarding the movement to build a cycling culture in the city of Bandung. This study looks at the communication side of the community who are members of the Forkom Bandung Raya. The grand theory for this research is social interaction, the interaction here is behavior that is carried out in groups, so that it has an influence on the environment in accordance with the goals to be achieved. The method used in this research is a qualitative method, with a case study approach. Data collection techniques used are interviews, observation. The informants in this study were the management of the Bandung Raya Forkom and several leaders of the bicycle community. The results of this study indicate that there are several factors that support the process of campaign activities by Forkom Bandung Raya together with the bicycle community in the city of Bandung. Collaborative activities, both in the planning process and in the implementation of campaign activities, focus on delivering educational messages related to the cycling movement and building a culture of orderly cycling, both to bicycle users and to the wider community, especially in the city of Bandung.

Keywords: *Community Activities, Communication, Campaign, Cycling Culture.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk melihat aktivitas komunitas sepeda di Kota Bandung dalam kampanye membangun budaya bersepeda. Budaya bersepeda merujuk pada sebuah kebiasaan untuk menggunakan transportasi sepeda dalam kesehariannya, masih banyak pesepeda yang masih belum tertib dalam berlalu lintas. Hadirnya Forkom Bandung Raya sebuah forum dalam melakukan aktivitas mengenai gerakan membangun budaya bersepeda di Kota Bandung. Penelitian ini melihat sisi komunikasi yang dilakukan oleh komunitas yang tergabung dalam Forkom Bandung Raya. Teori yang menjadi pijakan dalam penelitian ialah interaksi sosial, interaksi disini perilaku yang dilakukan secara berkelompok, sehingga memberikan pengaruh bagi lingkungannya sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi. Yang menjadi informan pada penelitian ini Kepengurusan Forkom Bandung Raya dan beberapa ketua komunitas sepeda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi pendukung dalam proses kegiatan kampanye oleh Forkom Bandung Raya bersamaan dengan komunitas sepeda di Kota Bandung. Kegiatan kolaborasi baik itu pada proses perencanaan dan pada pelaksanaan kegiatan kampanye ini berfokus pada penyampaian pesan edukasi terkait dengan gerakan bersepeda dan membangun budaya tertib bersepeda baik itu kepada para pengguna sepeda maupun kepada masyarakat luas khususnya di Kota Bandung.

Kata Kunci: *Aktivitas Komunitas, Komunikasi, Kampanye, Budaya Bersepeda.*

A. Pendahuluan

Pelaksanaan kegiatan sebuah organisasi atau komunitas tidak berjalan baik bila tidak adanya komunikasi yang baik pula, faktor yang sangat cukup diperhatikan dalam Forkom dan para komunitas sepeda ini yaitu komunikasi dari satu pihak dengan pihak lain. Proses komunikasi tersebut terjadi ketika adanya interaksi antara beberapa pihak yang kompeten dalam berkomunikasi dan memberikan dampak serta pengaruh yang dapat diterima untuk aktivitas suatu organisasi. Komunikasi ini dilakukan sebagai salah satu upaya dalam keberlangsungan proses kegiatan kampanye bersepeda dan meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan yang telah direncanakan dapat berjalan lancar.

Forkom ini menjadi sarana untuk bertukar informasi antar komunitas sepeda bahkan lebih dari itu selalu mengadakan kegiatan bersepeda bersama antar komunitas. Jalur komunikasi yang dilakukan oleh komunitas sepeda, mereka menerapkan all channel dan komunikasi 2 arah, artinya setiap anggota dapat berkomunikasi dengan anggota lainnya dan setiap anggota mempunyai kemampuan yang sama untuk mempengaruhi lainnya. Komunikasi tersebut dilakukan baik itu melalui media sosial Whatsapp ataupun secara langsung. Pada Forkom sendiri, komunikasi berlangsung dalam sebuah jaringan yang didalamnya terdapat banyak pihak atau ketua yang mewakili komunitasnya. Aktivitas komunikasi yang terjadi pada Forkom dan setiap komunitas sepeda bersifat informal dan terbuka, para anggota dapat dengan bebas menyampaikan pesan, menyalurkan aspirasinya, dan menuangkan ide-idenya kepada para koordinator utama.

Pada aktivitasnya komunitas sepeda melaksanakan kegiatan rutin bersepeda dengan berbeda-beda tema kegiatannya, tema tersebut dapat berupa kegiatan yang sekedar hanya seru-seruan, edukasi, kegiatan amal, hingga kegiatan balapan. Selain melaksanakan kegiatan rutin, para komunitas pun biasanya melakukan kegiatan kolaborasi bersama dengan komunitas lain. Kolaborasi tersebut di tuangkan dalam kegiatan bersepeda bersama, diskusi, atau bahkan kegiatan rutin bahkan kegiatan besar yang di inisiasi oleh Forkom Bandung Raya. Dalam kegiatannya dengan forkom, komunitas juga memiliki peran yang cukup penting dalam keberlangsungan kegiatan kampanye rutin yang di buat oleh forkom. Mereka cukup berperan dalam proses perancangan, mengerahkan sumber daya, dan juga ide-ide yang di usung mewakili komunitasnya kepada Forkom Bandung Raya.

Forum Komunikasi Komunitas Pesepeda Bandung Raya ini memiliki tiga program aktif yang rutin dilaksanakan tiap minggunya sebagai bentuk kampanye bersepeda. Tiga program tersebut ialah (JumatBike Berbagi, Bandung Kikiceupan, SiKasep Terlalu). Ketiga program tersebut didukung penuh oleh para komunitas sepeda di Kota Bandung. Pada aktivitasnya JumatBike Berbagi yaitu program berbagi kebaikan di hari jumat, program ini menjadi program amal karena para peserta di ajak untuk melakukan donasi memberikan sumber daya penuh untuk membagikan hasil donasi melalui satu box makanan kepada yang kurang mampu. Untuk Bandung Kikiceupan merupakan program kesehatan yang dilakukan setiap rabu di malam hari. Untuk SiKasep Terlalu, kegiatan merupakan kegiatan rutin yang dilakukan pada minggu pagi. Kegiatan ini merupakan kampanye yang dilakukan oleh setiap komunitas secara bergiliran yang dilakukan di Persimpangan Jalan Dago Kota Bandung. Pada program ini komunitas sepeda di anjurkan untuk menyampaikan pesan mengenai edukasi dan ajakan bersepeda kepada para pengguna jalan yang melewati daerah tersebut. Pesan tersebut di sampaikan melalui media seperti media banner, poster, ataupun hal lainnya yang menunjang kegiatan tersebut.

Berdasarkan pemaparan tersebut adapun fokus dan tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Aktivitas Komunitas Sepeda dalam Kampanye Gerakan Membangun Budaya Bersepeda?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Bagaimana Peran Ketua Komunitas Sepeda Dalam Kampanye Gerakan Membangun Budaya Bersepeda Di Kota Bandung?
2. Bagaimana Forum Komunikasi Komunitas Pesepeda Bandung Raya dalam Merencanakan Program Kampanye Gerakan Membangun Budaya Bersepeda di Kota Bandung?
3. Bagaimana Implementasi/Pelaksanaan Kampanye Gerakan Membangun Budaya Bersepeda di Kota Bandung?

4. Mengapa Komunitas Sepeda Bandung Membuat Forum Komunikasi Komunitas Sepeda?

B. Metodologi Penelitian

Metode pada penelitian ini menggunakan kualitatif karena peneliti menangkap fenomena yang ada pada masyarakat kemudian melakukan teorisasi berdasarkan yang di amati oleh peneliti. Penelitian tentang “Aktivitas Komunitas dalam Kampanye Membangun Gerakan Budaya Bersepeda di Kota Bandung” ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi. Yang menjadi informan pada penelitian ini Kepengurusan Forkom Bandung Raya dan beberapa ketua komunitas sepeda. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif. Proses analisis data melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1. Hasil dan Temuan Penelitian

No.	Pertanyaan Penelitian	Temuan Penelitian
1.	Bagaimana Peran Ketua Komunitas Sepeda Dalam Kampanye Gerakan Membangun Budaya Bersepeda Di Kota Bandung?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kolaborasi 2. Partisipasi 3. Koordinasi
2.	Bagaimana Forum Komunikasi Komunitas Pesepeda Bandung Raya dalam Merencanakan Program Kampanye Gerakan Membangun Budaya Bersepeda di Kota Bandung?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brainstorming 2. Saluran dan waktu yang tepat 3. Penyusunan deskripsi yang jelas
3.	Bagaimana Implementasi/Pelaksanaan Kampanye Gerakan Membangun Budaya Bersepeda di Kota Bandung?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan edukasi 2. Tertib 3. Kampanye
4.	Mengapa Komunitas Sepeda Bandung Membuat Forum Komunikasi Komunitas Sepeda?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Media aspirasi 2. Inisiator

Model Peran Ketua Komunitas Sepeda Dalam Kampanye Gerakan Membangun Budaya Bersepeda Di Kota Bandung

Terlihat terdapat beberapa peran ketua komunitas dalam aktivitas kampanye bersepeda yaitu, Kolaborasi, Partisipasi, Koordinasi.

1. Kolaborasi

Dalam Forkom Bandung Raya terdapat anggota komunitas yang berperan penting dalam keberlangsungan aktivitas bersepeda yaitu para ketua komunitas sepeda kota Bandung. Setiap ketua komunitas yang tergabung ke dalam forkom saling bekerja sama dan memiliki kemauan untuk berproses menciptakan budaya bersepeda di Kota Bandung dengan berkegiatan bersepeda

bersama dengan komunitas sepeda lainnya tanpa memandang aliran sepeda. Hal ini merupakan bukti dari motif Kolaborasi yang dilakukan oleh ketua komunitas.

Dalam Forkom Bandung Raya kolaborasi ini dapat terlihat ketika para komunitas melakukan gerakan bersepeda bersama dalam suatu program rutin Forkom Bandung Raya seperti JumatBike Berbagi atau program-program yang bersifat insidental seperti gowes kemerdekaan, world bicycle day, dan lainnya. Mereka bergerak bersama-sama dalam menciptakan budaya bersepeda yang aman dan nyaman. Kolaborasi pun ditunjukkan ketika para ketua komunitas di undang oleh forkom untuk turut mengusulkan ide mengenai kegiatan yang akan di inisiasi oleh Forkom.

Seperti Menurut Pace dan Faules (2006), definisi Komunikasi Organisasi. Mereka menyebutkan bahwa komunikasi organisasi merupakan sebuah perilaku pengorganisasian yang terjadi (di dalam suatu organisasi) dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu melakukan transaksi dan memberi makna atas apa yang telah terjadi (Setiawan, 2019:5). Dalam pengertian tersebut pada kasus ini kolaborasi merupakan sebuah proses transaksi dimana para ketua komunitas melakukan proses kegiatan-kegiatan seperti rancangan, usulan, bahkan kegiatan-kegiatan baik itu secara individual atau bersama dengan komunitas lain sehingga menghasilkan sebuah makna.

Yuniasanti (2010) berpendapat bahwa kohesivitas adalah ketertarikan anggota tim tetap bersatu, adanya kebersamaan, merasakan perasaan anggota lain dan memiliki suasana emosional yang positif. Dampak dari perilaku yang kohesif para anggota adalah kelompok dapat mencapai misi organisasi dengan mudah. Pada Forkom Bandung Raya kegiatan kolaborasi ini merupakan keadaan dimana sebuah kelompok memiliki solidaritas tinggi, memiliki kesadaran dalam menjaga keberlangsungan kelompok. Dalam Forkom Bandung Raya terdapat anggota yang berperan penting dalam keberlangsungan aktivitas bersepeda yaitu para ketua komunitas sepeda kota bandung. Setiap ketua komunitas yang tergabung ke dalam forkom saling bekerja sama dan memiliki kemauan untuk berproses menciptakan budaya bersepeda di Kota Bandung dengan berkegiatan bersepeda bersama dengan komunitas sepeda lainnya tanpa memandang aliran sepeda.

2. Partisipasi

Peran ketua komunitas disini yaitu ikut serta dalam keterlibatan terhadap suatu usaha yaitu gerakan membangun budaya bersepeda. Partisipasi disini ditunjukkan ketika ketua komunitas menjadi perwakilan dari komunitasnya dalam mendukung usaha melalui berbagi aspirasi, dukungan moril dan sumber daya terhadap program kampanye. Hal lain seperti partisipasi dalam dukungan berbagi aspirasi pada yang dipaparkan oleh para narasumber bahwa mereka melakukan usulan-usulan terkait perkembangan pengguna sepeda di Kota Bandung bahkan khususnya dalam pengembangan komunitasnya sendiri,

Menurut Purwo Herlianto (2013:29) yaitu Adanya interaksi yang banyak dan terus menerus pada semua anggota kelompok, Sehingga dari hal tersebut dapat meningkatkan rasa kekeluargaan didalamnya dan membentuk kohesivitas antar anggota. Kohesivitas yang terbentuk dari intensitas komunikasi dalam pertemuan ini mengikat setiap anggota dengan anggota lainnya. Rasa yang mengikat inilah yang membuat mereka tetap bertahan, berkolaborasi dan tetap memberikan kontribusi mereka sebagai bentuk partisipasi kepada Forkom.

3. Koordinasi

Pelaksanaan kegiatan sebuah organisasi atau komunitas tidak berjalan baik bila tidak adanya komunikasi yang baik pula faktor yang sangat cukup diperhatikan dalam forkom ini yaitu koordinasi dari satu pihak dengan pihak lain. Koordinasi ini dilakukan sebagai upaya meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan dan proses yang telah direncanakan dapat berjalan lancar. Dari hal tersebut juga koordinasi yang dilakukan dapat dikatakan dilaksanakan dengan pola komunikasi atas bawah, ketua komunitas dapat berkomunikasi ke atas yaitu Tim Gerak Forkom dan ke bawah yaitu Anggota Komunitasnya sendiri. Jalur koordinasi yang dilakukan ketua/koordinator komunitas pada implementasi kegiatan kampanye mereka menerapkan all channel dan komunikasi 2 arah, ketika ada usulan dari anggota akan selalu dirundingkan melalui

grup kecil lalu peran ketua komunitas disini mampu birokrasi kepada Forkom mewakili komunitasnya agar kegiatan dilaksanakan berdasarkan hasil kesepakatan bersama.

Sama halnya Seperti yang dijelaskan tujuan dari komunikasi organisasi menurut (Liliweri (2013: 372-373) dalam Silviani, (2020: 107)) salah satunya ialah, `Tindakan koordinasi, bertujuan mengkomodasi sebagai suatu tindakan yang berkaitan dengan tugas dan fungsi organisasi. Pada kondisinya dilapangan Ketua komunitas melakukan koordinasi antara Tim Gerak Forkom dan seetiap anggota komunitasnya. Artinya dalam hal tsb juga ketua komunitas menjadi perantara antara kedua belah pihak. Sama halnya seperti yang peran yang dapat dikembangkan oleh community worker atau secara umum suatu kelompok komunitas menurut ibid (Maryani, 2019:27) Perantara, terkait erat dengan upaya menghubungkan individu ataupun kelompok dalam masyarakat yang membutuhkan bantuan ataupun layanan masyarakat, tetapi tidak tahu dimana dan bagaimana mendapatkan bantuan tersebut, dengan lembaga yang menyediakan layanan masyarakat.

Forum Komunikasi Komunitas Pesepeda Bandung Raya dalam Merencanakan Program Kampanye Gerakan Membangun Budaya Bersepeda di Kota Bandung

1. Brainstorming

Brainstorming ini merupakan salah satu tahap yang merupakan tujuan komunikasi organisasi (Liliweri (2013: 372-373) dalam Silviani, (2020: 107)) yaitu, menyatakan pikiran, membagi informasi, menyatakan perasaan dan emosi, dan tindakan koordinasi, semua tujuan itu masuk ke dalam proses brainstorming yang dilakukan oleh Tim Gerak Forkom bersama-sama dengan para ketua komunitas guna merencanakan kegiatan program kampanye. Dalam hal ini tim gerak forkom bersama-sama melakukan proses perenecanaan program dari penyusunan kegiatan yang akan dilakukan, pesan edukasi yang akan disampaikan, hingga kerjasama yang akan didapat dari sponsor.

Seperti yang dijelaskan oleh John Middleton (1987) Perencanaan komunikasi melingkupi proses komunikasi oleh komunikator dalam menyusun pesan yang akan disampaikan dan menetapkan bagaimana cara yang efektif digunakan untuk menyampaikan pesan ke komunikan sehingga tujuan dari komunikasi dapat terwujud. Brainstorming yang dilakukan pun ini merupakan salah satu tahap yang merupakan tujuan komunikasi organisasi (Liliweri (2013: 372-373) dalam Silviani, (2020: 107)) yaitu, menyatakan pikiran, membagi informasi, menyatakan perasaan dan emosi, dan tindakan koordinasi, semua tujuan itu masuk ke dalam proses brainstorming yang dilakukan oleh Tim Gerak Forkom bersama-sama dengan para ketua komunitas guna merencanakan kegiatan program kampanye.

2. Saluran dan Waktu yang Tepat

Saluran yang digunakan dalam penyampaian pesan sangat mmpерhatikan penggunaan media dari para anggota Forkom sehingga pesan yang sudah direncanakan sebelumnya dapat tersampaikan dengan tepat sasaran. Untuk pemilihan waktu pun dilakukan pada jam-jam tertentu dan dilakukan secara konsisten.

Forkom sangat memperhatikan media yang digunakan dalam penyampaian pesan baik itu informasi untuk mengajak anggotanya bergabung dengan kegiatan kampanye atau pun media yang digunakan menyampaikan pesa saat kegiatan kampanye, pada saat memberi informasi ajakan Forkom menggunakan beberapa media seperti instagram, whatsapp, dan Facebook, namun yang paling utama di gunakan yaitu whatsapp grupSelain penggunaan media yang diperhatikan selanjutnya adalah waktu, penyampaian informasi yang diberikan selalu disampaikan melalui waktu yang sama, hal ini menjadi salah satu cara agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan secara tepat, efektif, efisien.

3. Penyusunan Deskripsi yang Baik

Berdasarkan observasi yang dilakukan Forkom dalam setiap penyampaian informasinya selalu menambahkan deskripsi seperti contoh mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan ataupun tema informasi yang dibagikan seperti memperingati hari sepeda sedunia. Isi pesan deskripsi yang akan disampaikan mempertimbangkan jenis bahasa, untuk Forkom sendiri

deskripsi pesan edukasi cenderung baku tapi tetap Santai dan menyisipkan ajakan tanpa adanya paksaan.

Deskripsi yang digunakan tidak hanya digunakan sebagai pesan ajakan melainkan juga sebagai pesan edukasi dan atribut kampanye dalam program SiKasep Terlalu, ini juga termasuk salah satu cara mengembangkan pesan agar lebih inovatif.

Seperti halnya dua aspek penting yang harus diperhatikan yaitu, isi pesan dan struktur pesan menurut (Antar Venus (2004)

Isi Pesan : Dalam Forkom Bandung Raya banyak hal yang di pertimbangkan dengan isi pesan, mulai dari materi pendukungnya, visualisasi pesan, isi negatif pesan, pendekatan emosional, rasa takut, kreatifitas dan humor, serta pendekatana kelompok rujukan.

Struktur Pesan : dalam pertimbangan perencanaan pemilihan kata untuk deskripsi, Forkom merujuk pada pengelolaan pesan kampanye yakni pesan, susunan penyajian, dan pernyataan kesimpulan.

Begitu juga dengan Komunitas sepeda, komunitas tersebut cukup aktif dalam penyampaian deskripsi yang berisikan ajakan-ajakan yang menyisipkan sedikit edukasi mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan serta menyertakan rencana kegiatan yang jelas untuk bersepeda bersama melalui media sosial instagramnya.

Implementasi/Pelaksanaan Kampanye Gekan Membangun Budaya Bersepeda di Kota Bandung

1. Pesan Edukasi

Dalam hal ini Forkom Bandung Raya membentuk pesan sebagai sebuah tanda yang berbentuk deskriptif ataupun berbentuk desain visual. Pesan yang dikemas pun bersifat edukatif artinya dari pesan tersebut terdapat sisi informatif yang dapat dijadikan pelajaran bagi para penerima pesan tersebut. Kegiatan yang dilakukan baik itu komunitas ataupun yang tergabung dalam kegiatan Forkom dalam setiap kegiatan bersepedanya secara tidak langsung telah menampilkan pesan secara non verbal dengan menggunakan atribut keselamatan bersepeda dan tertib dalam berlalu lintas

Pesan edukasi disinipun berkaitan dengan aktivitas kampanye. Menurut Manof, aspek terpenting dalam kampanye komunikasi yang sukses adalah adanya kejelasan pesan dan strategi pesan. Dari penjelasan itu pesan edukasi ini yang akan disampaikan tentunya perlu adanya tema dan pesan yang jelas yang akan disampaikan kepada publiknya.

Berdasarkan konstruksi teori yang utama yaitu interaksi sosial yang menekankan kepada interaksi yang memberikan pengaruh bagi lingkungannya sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, pesan edukasi yang disampaikan Forkom ini dibentuk sebagai upaya dalam mempengaruhi target yang menerima pesan tersebut, pengaruh tersebut diharapkan dapat menyentuh sisi perilaku ataupun pola hidupnya

2. Tertib

Forkom ini menjunjung tinggi tertib berlalu lintas sebagai refleksi kampanye tertib bersepeda. Forkom ini selalu memperhatikan faktor keselamatan dan keamanan dalam setiap kegiatannya karena masih bagian dari kampanye dan memberi semangat menginspirasi. Dalam kegiatannya baik itu komunitas sendiri ataupun yang tergabung dengan kegiatan Forkom selalu memperhatikan faktor-faktor keselamatan dan kenyamanan sesama pengguna jalan

Forkom sendiri dalam setiap kegiatan seperti Program rutinnnya ataupun yang sifatnya insidental mereka selalu memberi arahan kepada para peserta sebelum melakukan kegiatan dan memilih marshal yang kompeten untuk tetap dapat mentertibkan para peserta agar tidak sembarang dalam bersepeda dan tetap baris teratur.

Selain itu forkom menghimbau untuk para peserta untuk tetap tertib mengatur jarak dengan pengguna sepeda lain dan tidak arogan saat berkegiatan bersama. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan-kegiatan yang dilakukan baik itu bersama Forkom ataupun Komunitasnya sendiri menjunjung tinggi dan mempertahankan ketertiban sebagai sesama pengguna jalan.

3. Kampanye

Forkom Bandung Raya ini melakukan kegiatan kampanye melalui program rutinnya yaitu SiKasep Terlalu, JumatBike Berbagi, dan Bandung Kikiceupan.. Dalam kegiatan kampanye tersebut tiap komunitas memberi pesan himbauan dan edukasi kepada para pengguna sepeda juga kepada pengguna sepeda untuk saling menghormati. Sisi lain kegiatan kampanye ini selain menyampaikan pesan non-verbal mengenai gerakan kebaikan, bahwa dengan bersepeda dapat memperlihatkan kepada pengguna jalan lain bahwa pengguna sepeda dapat dengan tertib melakukan kegiatan bersepeda dengan memperhatikan faktor keselamatan dan kenyamanan para pengendara lain.

Forkom menjadi sebuah organisasi yang menaungi aktivitas kampanye yang tujuannya untuk memberikan pengaruh ke beberapa aspek. Ostergaard, 2002 (dalam Putri, 2018:3) berpendapat bahwa tujuan kampanye meliputi tiga aspek, yang umumnya disebut sebagai 3A atau tripel A. Ketiga aspek ini meliputi Awareness, Attitude dan Action

Pada tahap pertama, kegiatan kampanye biasanya diarahkan untuk menciptakan perubahan pada tataran pengetahuan atau kognitif. Pada tahap ini Forkom Bandung Raya melaksanakan kegiatan program kampanye (SiKasep Terlalu, Bandung Kikiceupan, dan JumatBike Berbagi). Kegiatan kampanye ini dilakukan secara terstruktur dan terarah agar pesan-pesan edukasi dapat tersampaikan dengan tepat dan diharapkan munculnya kesadaran serta meningkatnya pengetahuan khalayak tentang isu tertentu.

Pada tahap yang kedua, yaitu tahap Awareness, sebuah kampanye diharapkan mampu menggugah kesadaran, menarik perhatian dan memberi informasi tentang produk, atau gagasan yang dikampanyekan. Pada tahap ini forkom melakukan aktivitas bersepeda bersama mengelilingi kota untuk meningkatkan kesadaran bahwa Forkom dan gerakan bersepeda itu ada di sekitar masyarakat.

Tahapan terakhir (Action) akan diarahkan pada perubahan dalam ranah sikap. Pada tahap ini forkom bandung raya melaksanakan kegiatan kolaborasi dengan para stakeholder yang sifatnya cukup intens. Sasarannya yaitu untuk memunculkan simpati, rasa suka, kepedulian atau keberpihakan khalayak pada isu-isu yang menjadi tema kampanye.

Dalam motif kampanye ini Forkom membentuk sebuah pengaruh kepada masyarakat yang dilaksanakan dengan serangkaian kegiatan melalui jaringan yaitu komunitas sepeda di Kota Bandung.

Mengapa Komunitas Sepeda Bandung Membuat Forum Komunikasi Komunitas Sepeda

1. Media Aspirasi

Berdirinya Forkom ini menjadi sebuah wadah atau media yang menjadi tempat sosialisasi para komunitas sepeda, Forkom ini menjadi sebuah media sebagai penghubung antar banyaknya komunitas. Sebagai sebuah organisasi yang menjadi media aspirasi forkom mempunyai peranan penting sebagai pemberdaya komunitas sepeda. Terdapat empat peran dan keterampilan yang dikutip dari (Maryani, 2019:26) adalah sebagai berikut :

Peran dan keterampilan fasilitatif. Pada peran ini Forkom meliputi peran khusus diantaranya: fasilitasi kelompok, pemanfaatan sumber daya dan keterampilan, dan mengorganisasi.

Peran dan keterampilan edukasional. Peran ini meliputi meningkatkan kesadaran kepada para anggota Forkom, menyampaikan informasi, dan rekapitulasi data masalah sosial yang akan didiskusikan nantinya.

Peran dan keterampilan perwakilan. Peran ini dipegang Forkom dalam pengembangan anggota Forkom dan pengguna sepeda dalam interaksinya dengan lembaga luar atau pihak-pihak yang lebih tinggi statusnya, peran ini meliputi usaha mendapatkan sumber-sumber, membuat mitra atau network, sharing pengalaman dan pengetahuan serta menjadi juru bicara.

Peran keterampilan teknis, yaitu peran pengembang masyarakat dalam menerapkan keterampilan teknis untuk mengembangkan masyarakat. biasanya dilakukan forkom dalam kegiatan-kegiatan bersepeda dengan tema sosial atau yang berkesan santai tapi serius.

Melihat peranan Forkom sebagai organisasi yang mengemban tugas sebagai media aspirasi peranan ini menunjukkan keterlibatan dan keikutsertaan dalam melakukan suatu usaha

untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Inisiator

Forkom ini menjadi pemberdaya komunitas dalam menunjang setiap kegiatan bersepeda agar dapat berjalan dengan baik dan selaras dengan tujuan yang hendak dicapai. Forkom menjadi forum yang memprakarsai kegiatan-kegiatan yang bersifat insidental artinya diluar dari program rutusnya Forkom mengadakan kegiatan-kegiatan kampanye bersepeda dengan tema-tema tertentu. Sebagai inisiator forkom memperhatikan banyaknya aspek yang dapat menunjang keberhasilan kegiatan. Forkom yang memiliki peran besar sebagai inisiator, Adapun peran yang dapat dikembangkan oleh community worker atau secara umum suatu kelompok komunitas menurut ibid (Maryani, 2019:27) ialah:

Perencanaan sosial, sebagai inisiator forkom inisiatif daalam mengumpulkan data mengenai masalah sosial yang terdapat dalam komunitas, menganalisisnya, dan menyajikannya alternatif tindakan yang rasional untuk menangani masalah tersebut. Sehingga prencanaan yang dilakukan nantinya akan matang

Aktivis, sebagai inisiator Forkom mencoba melakukan perubahan institusioanal yang lebih mendasar dan tujuannya adalah mendapatkan profit dalam memberdayakan para pengguna sepeda

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Peran Ketua Komunitas Sepeda Dalam Kampanye Gerakan Membangun Budaya Bersepeda Di Kota Bandung

Berdasarkan temuan yang diperoleh peneliti, terdapat 3 aspek yang beerkaitan dengan peran ketua komunitas sepeda yaitu kolaborasi, partisipasi, dan koordinasi. Hal ini terlihat dari kondisinya dilapangan bahwa Setiap ketua komunitas yang tergabung ke dalam forkom memiliki peran penting untuk saling bekerja sama dan memiliki kemauan untuk berproses menciptakan budaya bersepeda di Kota Bandung, sebagaai ketua komunitas yang memiliki peran penting tersebut tentunya didalam forkom mereka ikut terlibat dari setiap proses pelaksanaan kegiatan kampanye turut berpartisipasi demi keberhasilan sebuah kampanye.

2. Forum Komunikasi Komunitas Pesepeda Bandung Raya dalam Merencanakan Program Kampanye Gerakan Membangun Budaya Bersepeda di Kota Bandung

Pada motif perencanaan program tidak lepas dari perencanaan komunikasi yang melingkupi proses komunikasi dalam menyusun pesan serta menetapkan cara yang efektif digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Peneliti melihat bahwa dalam proses perecanaan terdapat 3 temuan yaitu brainstorming, saluran dan waktu yang tepat, penyusunan deskripsi yang jelas.

Tiga aspek tersebut selalu dikembangkan dan diperhatikan penuh oleh Forkom guna pesan yang akan disampaikan nantinya tepat dan juga memberikan pengaruh kepada penerimanya.

3. Implementasi/Pelaksanaan Kampanye Gekan Membangun Budaya Bersepeda di Kota Bandung

Pada implementasi, peneliti melihat adanya 3 temuan yaitu Pesan Edukasi, Tertib, dan Kampanye. Dalam setiap aktivitasnya Forkom selalu membawa pesan edukasi. Pesan ini dibentuk sebagai upaya dalam mempengaruhi target yang menerima pesan tersebut, pengaruh tersebut diharapkan dapat menyentuh sisi perilaku ataupun pola hidupnya. Pesan edukasi tersbut juga tidak hanya dilihat secara langsung melalui sebuah atribut kampanye (desain visual) tapi. Forkom juga melaksanakan tertib bersepeda yang hal tersebut secara tidak langsung menampilkan kepada masyarakat atau pengguna jalan bahwa dengan bersepeda pun tertib dalam berlalu linas. Ketertiban ini menjadi sebuah refleksi kegiatan bersepeda sekaligus berkampanye dalam pesan edukasi non-verbal terkait terib berlalu lintas.

4. Komunitas Sepeda Bandung Membuat Forum Komunikasi Komunitas Sepeda

Forkom memiliki peran besar dalam mewujudkan kegiatan kampanye bersepeda hal ini tidak lain karena forkom menjadi inisiator atau yang menaungi segala aktivitas kampanye bersepeda. Sebagai inisiator forkom memperhatikan banyaknya aspek yang dapat menunjang keberhasilan kegiatan. Forkom juga menjadi media aspirasi forkom mempunyai peranan penting sebagai pemberdaya komunitas sepeda, hal itu juga menjadikan Forkom sebagai sebuah media yang menjembatani antara banyaknya pihak dan menunjukkan keterlibatan dalam melakukan suatu usaha untuk mencapai tujuan tertentu

Acknowledge

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rezeki berupa kesehatan dan kenikmatan yang begitu melimpah kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menjalankan dan menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Tak lupa peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak yang terlibat dalam penelitian ini:

1. Mohammad Subur Drajat., Drs., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta bantuan dalam proses penyusunan penelitian.
2. Bapak Alex Sobur, Drs., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.
3. Oji Kurniadi, Drs., M.Si, selaku Dosen Wali selama masa perkuliahan peneliti di Universitas Islam Bandung
4. Kedua Orang Tua Peneliti, Papah Ferry Ferdian Herius dan Mamah Ine Ardiati. Selaku orang yang berperan penting dalam dukungan moril kepada peneliti selama perkuliahan dan proses penyusunan penelitian
5. Teman-teman peneliti yang telah banyak membantu baik itu secara moril maupun tenaga dalam penyusunan penelitian ini. Khususnya kepada Iqbal Jamil dan Sondi Agung yang telah menemani peneliti selama masa perkuliahan.
6. Dan pihak-pihak dari Forkom Bandung Raya yang telah membantu dalam proses penyusunan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Felani, T.V., 2016. *Peran Komunitas Total Perkusi Terhadap Para Pelaku Perkusi Di Daerah Istimewa Yogyakarta* (Doctoral Dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- [2] Mulyaningsih, I.E., 2014. Pengaruh Interaksi Sosial Keluarga, Motivasi Belajar, Dan Kemandirian Belajar Terhadap Prestasi Belajar. Dalam *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, Volume 20, Nomor 4, Tahun 2014 (Hlm, 441-451).
- [3] Pratiwi, S.R., 2019. Manajemen Kampanye Komunikasi Kesehatan Dalam Upaya Pengurangan Prevalensi Balita Stunting. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Volume 4, Nomor 1, Tahun 2019. (Hlm, 1-19).
- [4] Setiawan, A.B., 2019. Komunikasi Organisasi Komunitas Sepeda Gunung (Adventure Freedom Bike) Bondowoso Dalam Mempertahankan Eksistensi Diri. Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember.
- [5] Rahman, Fildzah Amalina El, Fahmi, M Husen (2022). *Strategi Marketing Public Relations Coffee Shop X di Masa Pandemi*. *Jurnal Riset Public Relation* 2(1). 35-41.