

## Pola Komunikasi Club Motor Hashiriya Pride

Alysa Hani Putri<sup>1</sup>, Mellani Amalia<sup>2</sup>, Yohanes Arie Kuncoro<sup>3</sup>)

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma, alysaahani7@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma, melaniamalia1313@gmail.com

<sup>3</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma, suratyohanes@gmail.com

---

---

### ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami secara mendalam pola komunikasi yang berlangsung dalam komunitas tersebut. Teori konvergensi simbolik yang dikemukakan oleh Ernest Bormann menjadi kerangka utama dalam menganalisis bagaimana simbol dan komunikasi membentuk solidaritas serta efektivitas hubungan antar anggota klub. Data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan ketua dan beberapa anggota klub yang dipilih secara purposive untuk memberikan gambaran yang representatif mengenai dinamika komunikasi dalam komunitas ini. Penggunaan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram mendukung kelancaran komunikasi, terutama bagi anggota yang berada di luar negeri atau tidak dapat hadir langsung dalam kegiatan klub. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi yang diterapkan menggunakan pola komunikasi bintang, di mana setiap anggota memiliki hak yang sama untuk menyampaikan informasi dan pendapat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pola komunikasi tersebut sangat efektif dalam membangun solidaritas, memperlancar komunikasi, dan meningkatkan kekompakan komunitas secara keseluruhan.

**Kata Kunci:** Pola Komunikasi, Konvergensi Simbolik, Club Motor Hashiriya Pride.

### PENDAHULUAN

Perkembangan klub motor di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan. Selain menjadi sarana penyaluran hobi, keberadaan klub juga berperan sebagai tempat para anggotanya untuk berkumpul, bertukar pengalaman, dan menjalin relasi sosial. Salah satunya adalah club motor hashiriya pride, yang tidak hanya menitikberatkan pada kegiatan otomotif, tetapi juga mendorong pengembangan hubungan interpersonal antaranggota. Fenomena ini menggambarkan bahwa komunitas motor dapat menjadi wadah interaksi sosial yang positif (Suharto,2020).

Kata 走はしり屋や (Hashiriya) yang berasal dari jepang, awalnya muncul sebagai subkultur penggemar otomotif baik itu mobil maupun sepeda motor yang

terlibat dalam balapan jalanan. Istilah ini merujuk pada individu yang memiliki ketertarikan mendalam terhadap kecepatan dan modifikasi kendaraan. Hashiriya ini populer dari era 1980 akhir hingga awal tahun 2000, seiring berjalannya waktu, hashiriya terlihat mulai populer kembali pada tahun 2014 hingga saat ini. Budaya hashiriya di Jepang memengaruhi komunitas motor di negara lain, termasuk Indonesia yang mulai mengadopsi elemen-elemen dari budaya tersebut (Tanaka,2019).

Hashiriya Pride merupakan klub motor asal Indonesia yang mengusung budaya otomotif Jepang dalam setiap aktivitasnya. Klub ini didirikan pada tahun 2020 oleh Wisnu Chandra, seorang anak muda yang memiliki ketertarikan besar terhadap dunia modifikasi kendaraan bergaya Jepang. Melalui klub ini, Wisnu berupaya memperkenalkan serta menyalurkan minat terhadap kultur otomotif Jepang kepada para penggemar motor di Indonesia.

Hashiriya Pride rutin mengadakan berbagai kegiatan bagi para anggotanya. Salah satu kegiatan utama adalah night ride, yaitu sesi berkendara yang dilakukan pada malam hari. Selain itu, klub ini juga mengadakan latihan cornering minimal satu bulan sekali di sirkuit-sirkuit seperti Sentul dan PTC untuk meningkatkan keterampilan berkendara para anggotanya. Salah satu kegiatan yang paling istimewa adalah pertemuan dengan anggota Hashiriya Pride dari luar negeri. Kegiatan ini memiliki makna mendalam bagi klub karena menjadi bentuk penghormatan terhadap budaya Hashiriya yang berasal dari Jepang serta mempererat solidaritas antaranggota di berbagai negara.

Hashiriya Pride memanfaatkan berbagai platform media sosial sebagai sarana komunikasi dan berbagi informasi antaranggota. Grup WhatsApp digunakan untuk komunikasi internal anggota dalam negeri, sementara Instagram menjadi platform utama untuk menghubungkan anggota dari berbagai negara serta berbagi informasi seputar klub. Akun Instagram Hashiriya Pride memiliki banyak pengikut dan menyajikan berbagai konten menarik yang dapat menjadi referensi bagi para bikers

dalam melakukan modifikasi motor, dengan sekitar 600 anggota aktif di dalamnya. Selain itu, Hashiriya Pride juga memiliki akun TikTok yang dikelola oleh salah satu anggota, berisi video dokumentasi berbagai kegiatan klub.

Pola komunikasi yang efektif dalam club motor ini sangat penting untuk menciptakan keterikatan diantara anggota. Keterikatan ini dapat mempengaruhi loyalitas anggota terhadap klub, serta memperkuat rasa kebersamaan dan identitas kelompok. Komunikasi dalam klub motor dapat bervariasi, mulai dari pertemuan langsung hingga penggunaan media sosial. Dalam klub motor Hashiriya Pride, anggota menggunakan berbagai platform untuk berkomunikasi, termasuk grup WhatsApp, siaran Instagram, serta media sosial lainnya. Metode ini memudahkan anggota untuk tetap terhubung, membagikan informasi, dan merencanakan kegiatan bersama (Halim, 2021)

Penelitian ini memiliki signifikansi dalam tiga aspek utama yaitu akademik, sosial dan budaya, serta praktis. Dari segi akademik, penelitian ini berkontribusi pada studi komunikasi dengan memperkaya kajian tentang pola komunikasi dalam kelompok komunitas khususnya klub motor. Selain itu, studi ini memberikan wawasan mengenai bagaimana komunikasi dalam kelompok informal dapat memengaruhi hubungan antaranggota dan membangun solidaritas.

Dalam aspek sosial dan budaya, penelitian ini membantu memahami bagaimana komunikasi dapat menciptakan solidaritas di antara anggota klub motor yang berasal dari berbagai latar belakang dan budaya. Selain itu, studi ini juga berperan dalam mendokumentasikan serta melestarikan budaya Hashiriya di Indonesia, khususnya dalam konteks otomotif, dengan meneliti bagaimana budaya modifikasi dan gaya berkendara Jepang diadopsi dan berkembang di komunitas lokal

Sementara itu, dari sisi praktis, penelitian ini dapat menjadi panduan bagi klub motor atau komunitas serupa dalam membangun komunikasi yang efektif guna meningkatkan kebersamaan dan koordinasi antaranggota. Studi ini juga memberikan wawasan tentang bagaimana penggunaan media sosial seperti WhatsApp, Instagram,

dan TikTok dapat dimanfaatkan secara optimal untuk memperkuat komunikasi serta keterlibatan anggota dalam komunitas.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Konvergensi Simbolik yang dikemukakan oleh Ernest Bormann. Teori ini menjelaskan proses pertukaran pesan yang mampu menumbuhkan kesadaran kelompok, sehingga melahirkan makna, motif, serta kesamaan pandangan di antara para anggotanya. Kesadaran kelompok yang terbentuk ini berperan penting dalam menciptakan makna bersama dan mendorong individu di dalamnya untuk bertindak sesuai dengan nilai dan tujuan kolektif kelompok.

Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam dan observasi partisipatif sebagai metode utama pengumpulan data. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengalaman, pola komunikasi, serta pandangan para anggota dalam membangun solidaritas dan efektivitas hubungan di dalam komunitas.

## **METODE PENELITIAN**

Peneliti menjelaskan bahwa objek penelitian merupakan hal yang menjadi pusat perhatian dalam suatu penelitian, yaitu aspek yang menjadi inti dari permasalahan yang diteliti. Arikunto juga menerangkan berkenaan dengan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan. Subjek dalam penelitian ini adalah Anggota Club Motor Hashiriya Pride. (Arikunto, 2020).

Objek penelitian merupakan sasaran ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu berkaitan dengan suatu hal yang sifatnya objektif, valid, dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu). Dalam penelitian ini objek penelitiannya yaitu Pola Komunikasi yang Terjadi di antara Anggota Club Motor Hashiriya Pride. (Sugiyono, 2019)

Penelitian ini masuk ke dalam jenis penelitian kualitatif, sehingga akan menghasilkan data yang deskriptif berupa kata-kata. Kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena-fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data yang mendalam pula. Pendekatan yang di gunakan dalam penelitian ini, yaitu pendekatan deskriptif kualitatif. Hal ini di karenakan kondisi dan konteks yang di kaji dari penelitian ini yaitu tentang bagaimana Pola komunikasi club motor hashiriya pride dalam membangun solidaritas serta komunikasi efektif sesama anggota.

Paradigma konstruktivis merupakan pandangan yang hampir berlawanan dengan pendekatan yang menekankan pengamatan dan objektivitas dalam memahami realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini menganggap ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap tindakan yang bermakna secara sosial, yang dilakukan melalui pengamatan langsung dan mendetail terhadap perilaku sosial yang berkaitan dengan penciptaan, pemeliharaan, dan pengelolaan dunia sosial oleh individu.

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan sumber data primer meliputi : (1) Wawancara yaitu percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu, (2) Observasi yaitu kegiatan penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan data terkait masalah penelitian melalui pengamatan langsung di lapangan, (3) Dokumentasi merupakan salah satu metode yang terpenting dari pengumpulan data kualitatif untuk memberikan penguatan dalam penelitian dengan melihat atau menganalisis dokumen dokumen yang dibuat oleh subjek atau orang lain tentang subjek, dokumentasi berupa data dan gambar akan menjadi pelengkap hasil wawancara yang dilakukan peneliti sebagai bagian dari penelitian ini. Selain itu, penelitian ini menggunakan sumber data skunder. Pada penelitian ini, penelusuran data online digunakan untuk mencari berita online yang berkaitan dengan pola

komunikasi club motor, mencari teori dari beberapa jurnal dan buku online sebagai landasan teori permasalahan yang dibahas.

Peneliti dalam menentukan informan menggunakan teknik purposive sampling yang digunakan untuk menentukan siapa informan yang akan dipilih nantinya. Pada pertimbangan ini dilakukan agar pada saat menentukan informan bisa tepat sasaran seperti mengerti hal-hal apa saja yang kita pertanyakan dan kita maksudkan sehingga lebih mudah untuk meneliti sesuai dengan obyek akan diteliti oleh penulis.

Dalam penelitian ini, salah satu metode untuk menguji keabsahan data adalah melalui triangulasi. Triangulasi dalam konteks pengujian kredibilitas berarti melakukan pengecekan data dari berbagai sumber dan dengan berbagai cara. Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data penelitian yang didapatkan dari narasumber. Pada penelitian ini penulis akan melakukan triangulasi sumber dengan mewawancarai ketua klub motor Hashiriya Pride, wakil Hashiriya Pride serta beberapa anggotanya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hashiriya Pride lebih spesifik kepada aliran culture motoran ala Hashiriya Jepang dan diadaptasi sesuai dengan aturan yang ada di Indonesia. Hashiriya Pride ini melakukan riding pada saat malam hari ketika jalanan sudah mulai sepi, para member juga melakukan riding dengan atribut yang safety seperti menggunakan helm berlogo Standar Nasional Indonesia (SNI), menggunakan warepack balap, dan menggunakan sepatu khusus.

Hashiriya Pride tidak memiliki struktur yang rumit seperti club motor pada umumnya. Komunitas ini hanya terdiri dari ketua, yang bertanggung jawab mengarahkan dan mengelola kegiatan komunitas lalu ada wakil ketua, yang membantu ketua dalam menjalankan tugasnya dan menggantikan perannya jika diperlukan serta anggota, yang merupakan bagian inti dari komunitas dan berperan

aktif dalam kegiatan seperti riding, pertemuan, atau modifikasi kendaraan. Struktur sederhana ini mencerminkan semangat kolektif dan fokus pada kebersamaan serta kecintaan terhadap dunia otomotif tanpa hierarki yang kompleks.

Logo Hashiriya Pride tidak memiliki makna filosofis yang mendalam, namun penggunaan aksara Jepang di dalamnya memiliki nilai simbolis yang kuat. Tulisan tersebut mencerminkan akar budaya Jepang sebagai inspirasi utama sekaligus identitas dan kebanggaan anggota. Dengan desain sederhana namun bermakna, logo ini menjadi simbol kebersamaan, semangat, dan rasa percaya diri komunitas serta bentuk ekspresi kebanggaan diri para anggota dalam setiap aktivitasnya.

Selain logo, salah satu bentuk identitas khas dari Hashiriya Pride adalah Crewneck Eksklusif yang hanya dimiliki oleh anggota resmi komunitas. Crewneck ini menjadi simbol keanggotaan dan kebanggaan yang tidak tersedia untuk umum, karena tidak diperjualbelikan secara bebas. Setiap anggota resmi memiliki kesempatan untuk memesan hoodie ini secara khusus, menjadikannya sebagai tanda pengenal yang menunjukkan keterikatan mereka dengan komunitas. Desain hoodie ini tidak hanya mencerminkan semangat Hashiriya Pride tetapi juga menjadi cara untuk memperkuat solidaritas di antara para anggota, sekaligus menjaga eksklusivitas dan nilai komunitas di dalamnya.

Berdasarkan hasil penelitian, pola komunikasi yang diterapkan anggota Hashiriya Pride berjalan secara efektif dan harmonis. Keterbukaan dalam komunitas ini memberikan dampak positif terhadap hubungan antaranggota, sehingga tercipta interaksi yang solid dan efisien. Peneliti menyimpulkan bahwa pola komunikasi yang digunakan komunitas Hashiriya Pride adalah pola komunikasi menyeluruh atau berbentuk bintang.

Proses komunikasi yang terjadi dalam komunitas Hashiriya Pride dapat diamati ketika ketua dan anggota saling berinteraksi secara langsung, misalnya dalam pertemuan tatap muka atau saat komunitas mengadakan kegiatan bersama yang biasa disebut Night Riding. Dalam kegiatan tersebut, anggota biasanya berkumpul

sebelum melakukan perjalanan dengan posisi melingkar, memungkinkan setiap anggota untuk saling bertatap muka dan bertukar informasi. Dalam situasi ini, setiap anggota memiliki kebebasan untuk menyampaikan aspirasi, saran, dan ide. Selain itu, kedudukan antara ketua dan anggota dianggap setara, sehingga mendorong partisipasi aktif yang menciptakan rasa kebersamaan dan kekeluargaan di antara mereka, yang pada akhirnya memperkuat keberlanjutan komunitas.

Pola komunikasi dalam komunitas ini mendorong partisipasi aktif dari setiap anggota. Informasi disampaikan secara langsung melalui pertemuan tatap muka, menggunakan grup WhatsApp, serta melalui media sosial seperti Instagram untuk berbagi informasi dan menjaga keterhubungan. Melalui kedua platform tersebut, anggota saling bertukar informasi tentang jadwal pertemuan, ide baru, perkembangan dunia otomotif, hingga saling membantu saat menghadapi masalah. Platform ini tidak hanya digunakan untuk penyampaian informasi resmi, tetapi juga sebagai sarana menjaga komunikasi dan interaksi sehari-hari antaranggota.

Komunitas ini tidak terlepas dari adanya konflik dalam perjalanannya, sebagaimana diungkapkan oleh beberapa narasumber. Ketika konflik terjadi, ketua bersama anggota lainnya biasanya berdiskusi secara terbuka untuk merumuskan solusi terbaik dengan melibatkan berbagai pandangan dan saran dari anggota keputusan yang diambil dapat diterima semua pihak dan konflik terselesaikan secara efektif. Proses ini sering dilakukan dalam evaluasi rutin, di mana komunitas membahas berbagai masalah dan tantangan yang muncul setelah kegiatan berlangsung, sekaligus menjadi wadah untuk menampung keluhan dan saran dari anggota, sehingga konflik dapat diminimalkan dan tercapai solusi yang baik bagi semua pihak.

Dalam menganalisis pola komunikasi Klub Motor Hashiriya Pride yang bertujuan untuk membangun solidaritas dan komunikasi yang efektif antaranggota, teori konvergensi simbolik bisa jadi dasar yang tepat. Teori ini mengatakan bahwa

realitas sosial terbentuk dan dipertahankan lewat komunikasi yang melibatkan simbol dan cerita yang sama.

Teori konvergensi simbolik juga menjelaskan bagaimana pola komunikasi bisa memperkuat solidaritas dan membangun komunikasi yang efektif. Di Klub Motor Hashiriya Pride, cerita bersama yang dibentuk oleh simbol dan cerita kolektif menciptakan rasa kebersamaan yang kuat. Anggota klub merasa bukan hanya bagian dari komunitas, tetapi juga merasa punya tanggung jawab untuk menjaga kelangsungan klub. Komunikasi dua arah, baik lewat pertemuan langsung maupun media sosial, menjadi bagian penting dalam membangun solidaritas ini. Proses berbagi cerita, diskusi ide, dan evaluasi bersama membentuk pola komunikasi yang inklusif sekaligus mempererat hubungan antaranggota. Dengan pola komunikasi seperti ini, klub bisa menghadapi berbagai tantangan, termasuk konflik internal, dengan lebih terorganisir dan efektif.

Asumsi pertama dari teori ini menjelaskan bahwa realitas tercipta lewat komunikasi, di mana kata-kata mencerminkan pengalaman dan pengetahuan individu. Di Klub Motor Hashiriya Pride, realitas komunitas terbentuk melalui interaksi verbal maupun nonverbal dalam berbagai aktivitas mereka. Misalnya, istilah seperti "Night Ride" dan "kopdar" bukan cuma menggambarkan kegiatan tertentu, tapi juga mencerminkan budaya dan identitas klub. Platform seperti grup WhatsApp dan Instagram digunakan untuk memperkuat makna simbol simbol ini. Aktivitas bersama seperti latihan cornering, perjalanan malam, atau acara seperti barbeque membentuk cerita yang terus berkembang di antara anggota, menciptakan realitas sosial yang menghubungkan mereka. Selain itu, diskusi setelah kegiatan, seperti evaluasi untuk membahas kendala atau memberi masukan, juga membentuk realitas bersama. Narasi yang muncul dari evaluasi ini menjelaskan bagaimana klub bekerja dan menjaga nilai-nilai kebersamaan. Jadi, komunikasi menjadi alat utama untuk membentuk dan menjaga realitas ini.

Asumsi kedua dalam teori konvergensi simbolik mengatakan bahwa makna simbol yang awalnya bersifat pribadi bisa bersatu menjadi makna bersama. Di klub ini, simbol seperti logo dengan elemen budaya Jepang, atribut komunitas, dan cerita-cerita dari interaksi sosial menjadi pengikat antaranggota. Logo klub, yang mewakili semangat dan budaya Jepang, bukan hanya punya arti bagi individu tapi juga jadi bagian dari identitas bersama. Pengalaman-pengalaman unik, seperti latihan bareng atau berbagi tips berkendara, menciptakan rasa punya yang kuat di antara anggota. Proses ini membuat anggota dari berbagai latar belakang merasa terhubung dengan visi dan misi komunitas. Berbagai kegiatan seperti diskusi grup, latihan bersama, atau pertemuan rutin menyediakan ruang bagi anggota untuk saling berbagi cerita dan pengalaman. Kisah-kisah ini, seperti tips cornering yang aman atau pengalaman menghadiri acara otomotif, menjadi bagian dari cerita besar klub yang diterima bersama. Proses ini menggambarkan bagaimana makna pribadi terhadap simbol bisa menyatu, menghasilkan realitas bersama yang diyakini oleh seluruh anggota.

Proses triangulasi merupakan pendekatan yang dilakukan peneliti selama pengumpulan dan analisis data untuk menyatukan berbagai informasi yang diperoleh dalam penelitian. Penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dengan fokus utama pada anggota klub motor Hashiriya Pride sebagai narasumber. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dan observasi dengan berbagai sumber lain yang relevan guna memperoleh informasi tambahan dan memperkuat validitas data. Proses penelitian mencakup wawancara tatap muka untuk menggali secara mendalam pola komunikasi yang dijalankan dalam komunitas Hashiriya Pride.

Observasi memungkinkan peneliti memahami secara lebih komprehensif pola komunikasi yang terjadi pada klub motor Hashiriya Pride. Observasi ini dilakukan secara langsung dengan menemui anggota Hashiriya Pride serta mengikuti kegiatan yang dilakukan Hashiriya Pride ini. Peneliti mengamati bagaimana interaksi dan komunikasi terjadi antaranggota, termasuk apakah pernyataan yang disampaikan

dalam wawancara sesuai dengan praktik yang terlihat, seperti cara mereka berkumpul dan saat mereka sedang berdiskusi. Selain itu, peneliti turut melakukan observasi secara tidak langsung melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, dengan menelaah video serta foto dokumentasi kegiatan Hashiriya Pride guna memperkuat hasil temuan penelitian.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi yang digunakan di Club Motor Hashiriya Pride sangat berperan dalam membangun solidaritas serta menciptakan komunikasi yang efektif antar anggota. Pola komunikasi yang digunakan dalam klub ini lebih bersifat informal yang memudahkan terciptanya interaksi yang lebih dekat dan saling memahami antar anggota. Selain bertatap muka, komunikasi juga dilakukan melalui media sosial seperti grup WhatsApp selain itu juga menggunakan saluran Instagram untuk memudahkan anggota yang berada di luar negeri agar tetap terhubung dan berbagi informasi.

Pola komunikasi yang diterapkan di klub ini adalah pola komunikasi bintang, di mana setiap anggota diberi kesempatan yang setara untuk berbagi informasi, menyampaikan gagasan atau solusi ketika muncul permasalahan, serta memberikan masukan demi kemajuan klub. Komunikasi yang terbuka dan inklusif membuat semua anggota merasa dihormati serta dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan, yang pada akhirnya memperkuat solidaritas di antara mereka.

Secara keseluruhan, pola komunikasi yang terbuka dan efektif telah membuat Club Motor Hashiriya Pride semakin solid. Dengan komunikasi yang terjalin sangat baik, solidaritas antar anggota semakin terbangun, dan kegiatan klub turut mempererat hubungan mereka. Hal ini menjadi faktor penting dalam keberlanjutan dan kekompakan komunitas ini.

## **REFERENSI**

- Arikunto, Suharsimi. (2020). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Christianto, A. (2020). *Pola Komunikasi Anggota Honda Verza Indonesia Club dalam Membangun Mercubuana*, Jakarta.
- Fatika, S. D., dan Rahmanto, A. N. (2021). *Konvergensi Simbolik dalam Komunikasi Kelompok Indonesian Escorting Ambulance*. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Hariyanto. (2021). *Dasar-Dasar Komunikasi Kelompok*. Bandung : Pustaka Ilmu.
- Iqbal, G. R., dan Yenny. (2021). *Strategi Komunikasi Komunitas Honda CB dalam Masyarakat Surabaya*. Universitas Dr. Soetomo, Surabaya.
- M. Yuriansyah, K. G. S. (2023). *Konvergensi Simbolik Kelompok Dalam Meningkatkan Solidaritas (Studi pada Komunitas Scooter Vespa Matic di Palembang)*. Universitas Sriwijaya, Palembang.
- Soekanto, S. (2019). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhara, R. B., Sapari, Y., dan Nuranto, A. (2020). *Komunikasi Kelompok Club Suzuki Satria F150 Cirebon dalam Memberikan Manfaat Positif*. Universitas Dharmawangsa, Cirebon.