

**INTERAKSI SIMBOLIK KOMUNITAS PENGGUNA MODERN VESPA
PIAGGIO MAKASSAR**

***SYMBOLIC INTERACTION OF THE MODERN VESPA PIAGGIO
MAKASSAR USER COMMUNITY***

SKRIPSI

M. ZAINUL ABIDIN

E031191027



PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2023

**INTERAKSI SIMBOLIK KOMUNITAS PENGGUNA MODERN VESPA
PIAGGIO MAKASSAR**

SKRIPSI

M. ZAINUL ABIDIN

E031191027



**SKRIPSI DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT GUNA
MEMPEROLEH DERAJAT KESARJANAAN PADA DEPARTEMEN**

SOSIOLOGI

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2023

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : **Interaksi Simbolik Komunitas Pengguna Modern Vespa
Piaggio Makassar**

NAMA : M.Zainul Abidin

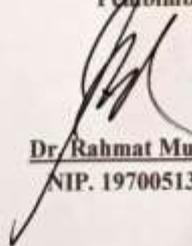
NIM : E031191027

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

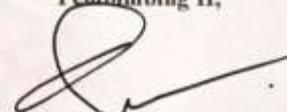
Makassar, 17 Mei 2023

Menyetujui,

Pembimbing I,

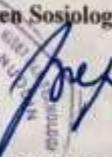

Dr. Rahmat Muhammad M.Si
NIP. 197005131997021002

Pembimbing II,


Ridwan Syam S.Sos M.Si
NIP.198506122020121004

Mengetahui,

Kepala Departemen Sosiologi FISIP UNHAS



Prof. Hasbi Marissangan, P.hD
NIP. 196308271991031003

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Oleh

NAMA : M.Zainul Abidin
NIM : E031191027
JUDUL : Interaksi Simbolik Komunitas Pengguna Modern Vespa *Piaggio* Makassar

Pada:

Hari/Tanggal: Rabu, 17 Mei 2023

Tempat : Ruangan Lab Sosiologi

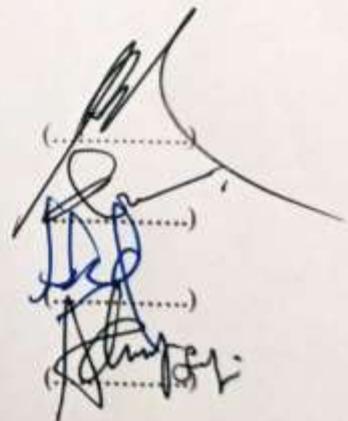
Tim Evaluasi Skripsi:

Ketua : Dr. Rahmat Muhammad M.Si

Sekretaris : Ridwan Syam S.Sos M.Si

Anggota : Dr. Sakaria, S.Sos M.Si

Muh. Adnan Kasogi S.Sos., M.Si



(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : M. ZAINUL ABIDIN

NIM : E031191027

JUDUL : INTERAKSI SIMBOLIK KOMUNITAS PENGGUNA
MODERN VESPA *PIAGGIO* MAKASSAR

Menyatakan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 17 Mei 2023



M. Zainul Abidin

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Aku Terpesona, Terusik, Dan Bingung Di Dunia Yang Tidak Pernah Kupilih.”

~Richald and Lorenz, 1940

*Skripsi ini saya persembahkan untuk orang orang yang bingung dalam proses
memaknai hidup, dan Sholat Jalan Keluarnya.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmatnya dan hidayanya lah sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai dengan tema “**Interaksi Simbolik Komunitas Pengguna Modern Vespa Piaggio Makassar**”. sholawat serta salam tak lupa saya haturkan kepada baginda nabi Muhammad S.A.W yang telah membawa ummat manusia dari zaman kebodohan sampai zaman kepandaian seperti hari ini.

Skripsi ini merupakan tugas akhir perkuliahan Dan harapan peneliti semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi para pembaca, Untuk ke depannya dapat memperbaiki bentuk maupun menambah isi proposal penelitian agar menjadi lebih baik lagi.

Tidak lupa penulis bahwa selama perkkuliahan dan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan, dan bantuan dari ebrbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, perkenankan penulis untuk mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc selaku Rektor Universitas Hasanuddin
2. Dr. Phill Sukri, M.Si selaku Dekan FISIP UNHAS.
3. Prof hasbi, M.Si., Ph.D selaku Kepala Departemen Sosiologi
4. Pembimbing akademik Dr. Rahmat Muhammad, M.Si dan Ridwan Syam, S. Sos., M.Si yang telah sabar membimbing penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi. Terimakasih banyak telah bersedia meluangkan waktu di tengah kesibukan bapak untuk saya repoti menjadi

teman curhat, diskusi, ajar sampai dengan terselesaikannya tugas akhir penulis.

5. Dr. Sakaria S.Sos., M.Si dan Muh. Adnan Kasogi S.Sos., M.Si selaku penguji skripsi yang telah banyak memberikan pandangan dan saran yang terbaik dalam penyempurnaan penyusunan hasil skripsi penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen atas ilmu yang senantiasa diajarkan kepada penulis selama masa-masa perkuliahan serta memberikan kesempatan untuk dapat mengikuti kegiatan-kegiatan penting bagi pengembangan diri penulis.
7. Pak Asmudir, Pak Hidayat, dan Ibu Ros yang senantiasa membantu dan memudahkan penulis di setiap pengerjaan administrasi perkuliahan penulis.
8. Ayahanda Zayn dan Ibunda Lilik tercinta atas doa kelancaran dan kesuksesan yang selalu terpanjatkan disetiap waktunya. Karena doa-doa dan restunya lah dapat menurunkan Rahmat dan keberkahan disetiap usaha penulis
9. Mas is, Mbak Luluk, Mbak ulfah, Mbak Ima, dan Mas Syarif yang selalu memberikan bantuan kepada penulis baik secara materil dan non materil serta menjadi saudara yang selalu memberikan support terhadap kesuksesan penulis.
10. Seluruh anggota Move Makassar yang telah memberikan pengalaman yang begitu berharga walaupun singkat dan pembelajaran yang begitu besar dalam proses turun lapangan peneliti. Terkhusus kak hertas dan om irwan yang selalu membantu peneliti selama proses penelitian, semoga diberikan umr yang Panjang, lancar rezekinya dan sehat selalu.

11. Teman Hidup Rahmatia yang selalu menemani penulis dari awal masa perkuliahan sampai dengan insyallah terus menerus. Bahagia Selalu.
12. Teman-teman Sosiologi 2019 yang telah memberikan warna tersendiri baik suka maupun duka selama masa perkuliahan penulis. Terkhusus sohib-sohib aliansi hoax yang selalu receh, kocak, dan setia menghibur serta membantu penulis ketika dalam keadaan sulit.
13. Teman-teman UKM Tenis Meja yang telah memberikan peningkatan permainan tenis meja penulis sehingga dapat mencapai salah satu prestasi dalam bidang tenis meja.
14. Teman-teman Posko 4 Kakao Bantaeng yang telah menjadi teman singkat namun bermakna. Dan
15. Semua pihak yang sudah berpartisipasi dan memberi dukungan baik materi ataupun non materi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari, karena keterbatasan pengetahuan maupun pengalaman, peneliti yakin masih banyak kekurangan dalam proposal penelitian ini, Oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Makassar, 17 Mei 2023

M. Zainul Abidin
NIM E031191027

ABSTRAK

M. Zainul Abidin, E031191027. Interaksi Simbolik Komunitas Pengguna Modern Vespa *Piaggio* Makassar. Dibimbing oleh Rahmat Muhammad dan Ridwan Syam. Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Interaksi Simbolik adalah suatu bentuk tindakan timbal balik yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk dapat saling menerjemahkan dan memahami simbol simbol yang digunakan, termasuk dalam interaksi yang dilakukan oleh orang-orang yang berperilaku Fomo dalam suatu komunitas. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bentuk-bentuk perilaku Fomo dan memahami pemaknaan tindakan sosial interaksi simbolik anggota Move Makassar. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan strategi Studi kasus yang bersifat deksriptif. Penentuan informan menggunakan *purposive informan selection* dengan beberapa kriteria. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa Anggota Move Makassar memiliki bentuk perilaku Fomonya dengan begitu aktif dalam mencari dan membagikan informasi tentang vespa matic dan kegiatan Move Makassar, selalu ingin terlibat disetiap kegiatan, dan konsumsi berlebih terhadap aksesoris dan modifikasi vespa matic. Pemaknaan tindakan sosial dalam interaksi simbolik anggota Move Makassar difahami sebagai sebuah tindakan yang menjunjung nilai-nilai kesetiaan, kebersamaan dan keakraban diantara mereka sehingga timbul sebuah rasa kekeluargaan.

Kata Kunci: Perilaku Fomo, Interaksi Simbolik, Pemaknaan Tindakan Sosial, dan Anggota Move Makassar.

ABSTRAK

M. Zainul Abidin, E031191027. *SYMBOLIC INTERACTION OF THE MODERN VESPA PIAGGIO MAKASSAR USER COMMUNITY. Supervised by Rahmat Muhammad and Ridwan. Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University.*

Symbolic interaction is a form of reciprocal action carried out by two or more people to be able to mutually translate and understand the symbols used, including in interactions carried out by people who behave Fomo in a community. The aims of the study were to find out the forms of Fomo behavior and to understand the meaning of the social actions of symbolic interactions of Move Makassar members. This research uses qualitative methods with a descriptive case study strategy. Determination of informants using purposive informant selection with several criteria. The results of this study found that Move Makassar members have a form of Fomo behavior that is very active in finding and sharing information about Vespa matic and Move Makassar activities, always wanting to be involved in every activity, and excessive consumption of accessories and modifications to Vespa matic. The meaning of social action in the symbolic interaction of Move Makassar members is understood as an act that upholds the values of equality, togetherness and familiarity among them so that a sense of kinship arises.

Keywords: *Fomo Behavior, Symbolic Interaction, Meaning of Social Actions, and Members of Move Makassar.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	IV
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	V
HALAMAN PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR	VII
ABSTRAK	X
<i>ABSTRAK</i>	XI
DAFTAR ISI.....	XII
DAFTAR GAMBAR	XV
DAFTAR TABEL.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Manfaat.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Interaksi Sosial	11
2.2. Komunitas	12
2.3. Komunitas Vespa Matic Piaggio.....	14

2.4.	Perilaku FOMO (Fear Of Missing Out)	16
2.5.	Landasan Teori Sosiologi	19
2.6.	Penelitian Terdahulu.....	24
2.7.	Kerangka Pikir.....	26
2.8.	Definisi Konseptual	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1.	Pendekatan Penelitian.....	29
3.2.	Strategi Penelitian.....	30
3.3.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.4.	Sumber Data	32
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	34
3.6.	Teknik Penentuan Informan	37
3.7.	Teknik Analisa Data	39
3.8.	Pengujian Keabsahan Data	42
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI		44
4.1.	Sejarah Kota Makassar	44
4.2.	Gambaran Umum Kota Makassar	46
4.3.	Komunitas Modern Vespa Makassar	49
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		51
5.1.	Identitas Informan	51

5.2.	Bentuk Riding yang diselenggarakan Move Makassar ...56_Toc135894859	
5.3.	Bentuk-Bentuk Perilaku Fomo Pada Anggota Komunitas Vespa Modern Piaggio Makassar	61
5.3.1.	Mengakses dan Membagikan Informasi Vespa Matic.	62
5.3.2.	Mengikuti Kegiatan Riding.....	69
5.3.3.	Memodifikasi Vespa Matic Secara Berlebihan.....	75
5.4.	Pemaknaan Tindakan Sosial Pada Anggota Komunitas Modern Vespa Piaggio Sebagai Bentuk Interaksi Simbolik di Makassar	81
5.4.1.	Pertimbangan Tujuan Yang Sama.....	82
5.4.2.	Vespa Matic Sebagai Sebuah Prestise.	85
5.4.3.	Aktivitas dalam komunitas sebagai sesuatu yang penting.	87
5.4.4.	Komunitas Sebagai Suatu Kesatuan Yang Utuh.....	90
5.4.5.	Sebagai Ruang Sosialisasi.....	93
5.5.	Kajian Teori Pembahasan Penelitian.....	97
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		103
6.1.	Kesimpulan.....	103
6.2.	Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA		107
LAMPIRAN.....		111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Peta Kota Makassar	47
Gambar 6. 1 Mencari Dan Membagikan Informasi	69
Gambar 6. 2 Mengikuti Kegiatan Riding	75
Gambar 6. 3 Modifikasi Motor Vespa.....	80
Gambar 7. 1 Wawancara Bersama Informan SK.....	114
Gambar 7. 2 Wawancara Bersama Informan FZ	114
Gambar 7. 3 Wawancara Bersama Informan FH.....	114
Gambar 7. 4 Wawancara Bersama Informan IR	115
Gambar 7. 5 Wawancara Bersama Informan AI.....	115
Gambar 7. 6 Wawancara Bersama Informan AG	115
Gambar 7. 7 Wawancara Bersama Informan HS	116
Gambar 7. 8 Wawancara Bersama Informan PR	116
Gambar 7. 9 Surat Izin Penelitian	118

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Jadwal Tahapan Penelitian.....	32
Tabel 4. 1 Penduduk Kota Makassar	48
Tabel 5. 1 Daftar Informan Penelitian.....	51
Tabel 5. 2 Bentuk-Bentuk Kegiatan Move Makassar	61
Tabel 5. 3 Bentuk-Bentuk Perilaku Fomo Anggota Move Makassar	80
Tabel 5. 4 Pemaknaan Interaksi Simbolik Anggota Move Makassar	96

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Adam selaku manusia pertama dimuka bumi ini diciptakan oleh tuhan hanya seorang diri. Namun dalam prosesnya, adam menjalani kehidupan iyalupun merasakan kesendirian dan kehampaan sampai dengan tuhan pun menciptakan seorang hawa untuk menemani adam dan merubah seluruh kehidupan adam menjadi ramai dan bahagia. Cerita ini menggambarkan bahwa pada hakikatnya manusia lahir dalam keadaan sendiri, namun dalam proses hidupnya iya sangatlah membutuhkan kehadiran orang lain, sehingga manusia dapat disebutkan sebagai makhluk sosial yang akan senantiasa hidup berdampingan dengan orang lain (Soekanto & Sulistyowati, 2017).

Manusia sebagai makhluk sosial yang akan selalu bergantung dengan manusia lainnya dalam menjalani kehidupan, maka manusia akan mengalami suatu proses sosial. Salah satu bentuk proses sosial yang dihadapi oleh manusia/individu salah satunya adalah bentuk interaksi sosial. Interaksi sosial menjadi kunci penting sehingga terjadinya dinamika aktivitas-aktivitas sosial di masyarakat. Individu akan saling berbaur, berbagi, bercerita, tolong menolong dan lain sebagainya sehingga membentuk suatu hubungan diantara mereka baik secara individu dengan individu, individu dengan kelompok, bahkan kelompok dengan kelompok. Hubungan ini akan senantiasa ada dalam proses kehidupan bermasyarakat (Soekanto & Sulistyowati, 2017).

Individu yang saling berinteraksi satu sama lain dengan waktu yang lama akan menimbulkan sebuah perasaan hidup sama rasa diantara mereka. Perasaan hidup sama rasa ini membuat individu memiliki keinginan untuk membentuk ataupun bergabung di sebuah kelompok atau komunitas atas persamaan rasa itu tadi. Karena pada hakikatnya individu sejak lahir telah memiliki dua hasrat utama yaitu adanya keinginan untuk menjadi satu dengan manusia lain di sekelilingnya dan adanya keinginan untuk menjadi satu dengan suasana alam sekelilingnya. Cepat atau lambat individu secara tidak langsung akan memiliki niatan untuk membuat suatu komunitas tersebut atau bergabung dalam suatu komunitas sosial yang saling berinteraksi dan bertindak secara bersama-sama. Nah, Komunitas sosial modern hari ini memiliki kecenderungan terbentuk salah satunya atas dasar persamaan penggunaan atau konsumsi simbol fisik dan non fisik yang sama diantara mereka. Seperti mereka yang mengendarai Vespa matic Piaggio dan memilih untuk membentuk suatu komunitas.

Komunitas sosial modern merupakan tempat individu untuk saling dapat bertindak dan berinteraksi menggunakan simbol-simbol secara bersamaan. Didalam sebuah komunitas sosial individu yang tergabung akan mengatur satu sama lain dan menyelelarkan Tindakan mereka secara bersamaan untuk mencapai tujuan bersama dari komunitas tersebut. Individu akan saling terhubung satu sama lain dalam sebuah komunitas dengan saling bertukar simbol-simbol yang berartikan sebuah informasi, sehingga maksud dan tujuan yang akan disampaikan dapat terwujud. Mereka akan saling berbagi informasi dan saling memahami melalui

simbol yang digunakan disetiap Tindakan yang dilakukan tiap-tiap anggota komunitasnya (Inah, 2013).

Berkumpulnya individu-individu dalam suatu komunitas jelas memberikan warna tersendiri bagi komunitas tersebut. Warna yang dimaksudkan ialah sifat heterogennya anggota yang memiliki karakter, ataupun perilaku yang berbeda-beda namun tetap dapat menjadi satu kesatuan utuh untuk tetap sama-sama beraktivitas mewujudkan tujuan komunitas. Perbedaan karakter ataupun perilaku ini tidak menjadi sebab komunitas menjadi lemah, melainkan mereka akan saling melengkapi kekurangan yang ada diantara satu dengan yang lain. satu hal yang menarik bawah dalam suatu komunitas modern hari ini, terkadang banyak anggota dari komunitas tersebut yang memiliki perilaku FOMO dalam dirinya.

Dalam penelitian terdahulu oleh Noviyanti, Imam, dan Fitri (Dewi et al., 2022) telah menjelaskan bahwa Kecenderungan penggunaan media sosial yang berlebihan jelas akan memberikan dampak pada Individu yaitu lahirnya perilaku FOMO (*Fear Of Missing Out*) dalam dirinya. Media sosial membuat perilaku FOMO individu menjadi-jadi, namun perilaku FOMO sebenarnya bisa hadir tanpa kita terpaku dengan *handphone* sepanjang waktu melainkan faktor lingkungan realitas sekitar kita juga menjadi stimulan yang sangat berpengaruh. Perilaku FOMO dapat diartikan sebagai kondisi adanya keinginan/ketertarikan yang begitu besar tentang berbagai hal yang dilihat, didengar, dan diketahui untuk mereka miliki juga, sehingga mereka akan merasakan perasaan cemas, khawatir, dan rasa takut tertinggal yang sifatnya mendesakkan diri untuk segera diadakan (Patrick J. McGinnis, 2020).

Sering kita jumpai bahwa individu yang berperilaku FOMO banyak ditemukan pada anggota-anggota dari suatu komunitas sosial modern. Mereka dapat teridentifikasi dari bagaimana mereka bertindak sebagai hasil dari perilakunya seperti rutusnya individu tersebut melakukan bentuk pencarian dan membagikan informasi terbaru mengenai berbagai hal yang disukai, mengikuti seluruh bentuk kegiatan yang diadakan, melakukan kegiatan jual-beli suatu produk yang dibicarakan dan lain sebagainya. Salah satu komunitas yang menjadi fokus peneliti dalam melihat individu yang berperilaku FOMO dalam proses interaksi simboliknya pada komunitas sosial modern yaitu komunitas Modern Vespa Piaggio Makassar.

Komunitas Modern Vespa atau yang sering disingkat dengan MoVe pertama kali hadir di Jakarta pada tahun 2011, namun dengan seiring berjalannya tahun, komunitas MoVe ini mengalami perkembangan yang begitu pesat dengan hadirnya *chapter-chapter* keanggotaan MoVe di berbagai seluruh daerah dari sabang sampai Merauke, salah satunya *chapter* komunitas MoVe Makassar. Hal ini juga dapat diidentifikasi dengan terus meningkatnya penjualan dari sepeda motor Vespa matic ini yang juga menambah jumlah pengendaranya. Dikutip dari media informasi online otomotif.bisnis.com (Damara, 2021) bahwa *Piaggio Group* Kembali menguasai pangsa pasar penjualan kendaraan roda dua sebesar 14,2% sepanjang tahun 2020. Namun secara keseluruhan kegiatan penjualan *Piaggio Group* pangsa pasarnya mencapai 24 persen. Adapun perincian penjualannya Vespa Matic *Piaggio* pada tahun 2020 membekukan penjualan sebanyak 1,455 juta unit. Hal ini menjadi perbandingan yang positif dari tahun sebelumnya dengan kenaikan

207.000 unit penjualan, atau sebesar naik 6 persen dari capaian tahun 2019. Sedangkan dikalangan masyarakat Indonesia sendiri penjualan vespa matic *Piaggio* dengan model Sprint dan primavera yang memiliki peningkatan pembelian terbesar masyarakat Indonesia dengan persentase mencapai lebih dari 50 persen per unitnya, diikuti model S dan LX sekitar 35 persen, dan sisahnya baru model GTS (Utama, 2020).

Komunitas Modern Vespa di kota makassar atau sering di sebut sebagai Move Makassar adalah salah satu perkumpulan para pengguna dan pencinta motor vespa matic modern di kota makassar yang hadir sebagai salah satu *chapter* atau bagian dari MoVe Indonesia. Menurut hasil observasi peneliti yang disampaikan langsung oleh ketua MoVe Makassar bahwa keanggotaan komunitas Move Makassar hari ini menunjukkan kurang lebih 150-an orang dengan perbandingan anggota laki-laki 140 orang dan 18 perempuan, baik usia remaja sampai orang tua. Disetiap kegiatan kumpul Bersama yang dilakukan setiap sepekan sekali di hari jum'at malam, anggota komunitas Move Makassar cenderung berpindah tiap satu tempat ke tempat lainnya. Banyak kegiatan yang mereka lakukan secara Bersama-sama disetiap waktunya, baik yang sifatnya sosial, ekonomi, dan hiburan.

Komunitas MoVe Makassar menjadi wadah untuk para anggotanya untuk dapat saling berinteraksi antara satu dengan yang lainnya. Anggota komunitas Modern Vespa *Piaggio* berupaya untuk saling terkoordinir antara satu dengan yang lain disetiap kegiatan interaksi yang mereka lakukan secara bersama-sama. Anggota komunitas MoVe Makassar tidak semena-mena bereaksi untuk melakukan suatu bentuk Tindakan kegiatan dari setiap stimulan yang ada, namun anggota komunitas

MoVe merespon segala bentuk masukan dengan selalu mempertimbangkan alasan dan pemaknaan tujuan yang akan dicapai secara bersama-sama. Mereka saling memahami setiap Tindakan sosial yang mereka lakukan sehingga mewujudkan kegiatan kolektif yang memiliki pencapaian tujuan yang sama dengan pola interaksi yang sama pula. Oleh karena itu Tindakan interaksi yang mereka lakukan bersama-sama dijumpai oleh penggunaan simbol-simbol untuk saling memahami (Ritzer, 2014b).

Anggota komunitas MoVe Makassar memiliki kecenderungan disetiap Tindakan yang mereka lakukan mencerminkan perilaku FOMO dalam dirinya. seperti halnya menjadikan media sosialnya untuk mengakses seluruh informasi terbaru sehingga adanya keinginan untuk selalu terhubung, mengikuti segala bentuk kegiatan komunitas yang diadakan, melakukan kegiatan konsumsi suatu barang yang berkaitan dengan Vespa, dan lain sebagainya. Mereka sebagian berusaha untuk selalu terhubung dan berpartisipasi disetiap kegiatan komunitas karena merasa takut tertinggal diantara anggota-anggota lainnya. Sehingga mereka secara tidak langsung aktif dalam berkegiatan dan berinteraksi pada komunitas MoVe Makassar.

Keikutsertaan anggota komunitas MoVe Makassar disetiap kegiatannya jelas tidak hanya sebatas ikut berpartisipasi dan meramaikan saja, melainkan tiap-tiap anggota MoVe Makassar memiliki tujuan dan maksud yang sama dalam bertindak. Terdapat pesan dan makna yang ingin disampaikan secara kolektif diantara mereka ke orang lain atau antar sesamanya yang tetap dalam satu pemahaman diantara

mereka. Mereka akan saling berinteraksi satu dengan yang lain menggunakan simbol-simbol yang telah mereka fahami maknanya secara kelompok.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berupaya menjelaskan perilaku FOMO dan Interaksi komunitas Vespa Matic *Piaggio*. Penelitian-penelitian ini berusaha membantu peneliti dalam menemukan pembaharuan dalam penelitian yang akan dilakukan kedepan. Pertama, penelitian yang dilakukan Anushree Tandon, dkk (2022) mengenai media sosial yang menginternalisasi rasa takut kehilangan momen (FOMO) dan Tindakan phubbing sebagai hasil dari perilaku, relasional, dan psikologis. Kedua, Anushree Tandon, dkk ditahun yang sama (2021) meneliti dampak negative dari adanya perasaan takut kehilangan momen yang berlebih disebabkan oleh media sosial dengan meninjau proses menggunakan media sosial, perbandingannya dan kelelahannya dalam bermedia sosial. Ketiga, Marie Hattingh, dkk (2022) mengenai studi perbandingan antara pengguna Instagram dan snapchat terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi mereka untuk berperilaku FOMO dan Lelah bermedia sosial. Keempat, Muhammad Shaleh Alfarisi (2019) yang mengkaji tentang pembentukan identitas diri dan gaya hidup bagi para pengguna vespa modern di kota semarang. Dan yang kelima Beby Aryani (2019) yang menganalisis pemaknaan penggunaan Bahasa slank pada komunitas vespa klasik.

Ada banyak penelitian yang mengkaji perilaku FOMO pada individu dan Penelitian interaksi sosial anggota komunitas vespa matic/modern. Berbagai bentuk Tindakan sosial yang dilakukan oleh tiap-tiap anggota komunitas Modern Vespa *Piaggio* Makassar yang mencerminkan perilaku FOMO tetap memiliki tujuan dan

pemaknaan tersendiri bagi individunya, namun sebagai suatu kesatuan komunitas mereka berupaya untuk menyelaraskan makna dan tujuan dari Tindakan sosial yang mereka bangun antara satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu, dalam penelitian tugas akhir peneliti berupaya untuk melakukan riset kelanjutan dan pembaharuan terhadap riset-riset sebelumnya yang dapat menggambarkan bentuk-bentuk kegiatan pada anggota komunitas Modern Vespa *Piaggio* yang berperilaku FOMO dan bagaimana pemaknaan setiap individu tersebut sebagai anggota komunitas vespa matic *Piaggio* dalam setiap Tindakan interaksi yang dibangun didalamnya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka saya berupaya menguraikan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana bentuk-bentuk perilaku FoMo pada anggota Komunitas Vespa Modern *Piaggio* Makassar?
2. Bagaimana Pemaknaan Dari Tindakan Sosial Anggota Komunitas Vespa Matic *Piaggio* Sebagai Bentuk Interaksi Simbolik di Makassar?

2. Tujuan

Berbekal perspektif kajian disiplin ilmu sosiologi yang digunakan secara mendalam, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan bentuk-bentuk perilaku FoMo pada anggota Komunitas Vespa Modern *Piaggio* Makassar.

2. Menganalisis pemaknaan individu disetiap Tindakan sosial yang mereka lakukan dalam interaksinya dengan anggota komunitas vespa matic *Piaggio*.

1.3. Manfaat

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap banyak kedepannya penelitian ini akan bermanfaat bagi penulis sendiri maupun para pembaca pada umumnya. Adapun manfaat yang dapat dipetik dan dipelajari sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis/Akademik
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan menjadi acuan/referensi pembelajaran dalam memahami dan menganalisis lebih dalam kajian disiplin ilmu sosiologi terkhusus kajian teori Interaksi Simbolik menurut George Herbert Mead dan Herbert G. Blummer.
 - b. Dapat bermanfaat sebagai pengetahuan tambahan tentang konsep Interaksi Simbolik pengguna modern vespa *Piaggio* Sebagai Bentuk Perilaku FOMO.
 - c. Dapat bermanfaat sebagai landasan untuk pengembangan riset-riset berikutnya dengan tema permasalahan yang sama yaitu tentang Interaksi Simbolik pengguna modern vespa *Piaggio* makassar.
2. Manfaat Praktis
 - a. Dapat dijadikan sebagai saran-saran solutif terhadap Kontrol diri inidvidu untuk tidak berperilaku FoMo secara berlebihan.

- b. Dapat dijadikan sebagai pembelajaran dan pengetahuan umum bagi masyarakat tentang bagaimana perilaku FoMo mempengaruhi individu dalam bertindak.
- c. Dapat dijadikan sebagai stimulant dalam membentuk pemaknaan yang sama dalam interaksi komunitasnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Interaksi Sosial

Masyarakat sebagai suatu sistem yang terdapat dalam suatu realitas yang menjadi wadah pengalaman manusia. Hadirnya masyarakat tidak terlepas dari banyak unsur-unsur yang mempengaruhinya dan membentuknya. Menurut salah satu tokoh sosiologi klasik yang sangat berpengaruh, George Simmel (1858-1918) menilai bahwa masyarakat sebagai hubungan yang utuh dari individu yang terbentuk dari interaksi-interaksi sosial yang sudah tertanam (Ken Plumer, 2013).

Terjadinya aktivitas-aktivitas masyarakat tidak terlepas dari adanya unsur utama yaitu intraksi sosial. Interaksi sosial adalah suatu hubungan-hubungan yang sangat dinamis, yang melingkupi hubungan antara individu satu dengan individu lainnya, individu dengan kelompok manusia, dan kelompok dengan kelompok manusia. Ketika dua orang saling bertemu, maka interaksi sosial mereka sudah terjalin. Interaksi sosial terjadi karena tiap-tiap unsur individu-individu ataupun kelompok sadar akan adanya pihak lain sehingga menimbulkan stimulant kepada inividu atau kelompok yang bersangkutan (Soekanto & Sulistyowati, 2017).

Proses terjadinya interaksi sosial juga tidak mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syaratnya yaitu adanya kontak sosial antar pelaku dan adanya komunikasi antar pelaku. Kontak dapat diartikan sebagai suatu pertemuan/Bersama sama baik yang sifatnya langsung atau tidak langsung (Online). Sedangkan

komunikasi adalah suatu penafsiran pada perilaku pelaku interaksi baik bentuknya pembicaraan atau gerak-gerak badaniah dari tubuh pelakunya (Asrul, 2013).

Bentuk dari adanya proses interaksi sosial juga terbagi menjadi dua bagian penting yaitu bentuk asosiatif dan bentuk disosiatif. Bentuk proses interaksi yang sifatnya asosiatif adalah proses interaksi sosial yang akan mengarah pada peningkatan solidaritas atau kesatuan kelompok dalam hubungan masyarakat. Seperti halnya kerja sama, akomodasi, asimilasi, dan akulturasi. Sedangkan bentuk proses interaksi yang sifatnya disosiatif adalah proses interaksi sosial yang akan mengarah pada kerenggangan hubungan sosial masyarakatnya. seperti halnya Persaingan, Kontravensi dan konflik (Asrul, 2013).

2.2. Komunitas

Manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial, memiliki naluri yang tidak bisa hidup tanpa orang lain sehingga mereka akan terus saling membutuhkan satu dengan yang lainnya. Naluri manusia untuk selalu dapat berdampingan dengan orang lain sering dikenal dengan istilah *Gregariousness* sehingga manusia disebut sebagai *Social Animal* atau Hewan Sosial. Karena sejak dilahirkan manusia sudah mempunyai dua hasrat utama dalam dirinya yaitu keinginan untuk menjadi satu dengan suasana alam sekelilingnya dan adanya keinginan untuk menjadi satu dengan manusia lainnya di sekelilingnya sehingga membentuk suatu kelompok-kelompok sosial atau komunitas-komunitas sosial lainnya (Soekanto & Sulistyowati, 2017).

Komunitas sosial adalah kesatuan manusia atau himpunan manusia yang hidup saling berdampingan satu sama lain, karena adanya hubungan sosial yang mengikat diantara setiap anggotanya. Hubungan sosial ini tidak lain adalah suatu kesadaran dari anggota komunitas sebagai satu bagian utuh dan menyangkut hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi. Kecenderungan dari suatu komunitas sosial bersifat dinamik, dimana hubungan sosial dan perubahan-perubahan sosial terhadap keanggotaan, struktur, norma dan nilai akan terus mengalami perubahan disetiap waktunya sesuai dengan kebutuhan komunitas tersebut dan tidak bersifat statis (Huraerah & Purwanto, 2010).

Pada hakikatnya komunitas sosial memiliki banyak sifat dan bentuk, antara lain komunitas yang bersifat paguyuban dan patembayan. Komunitas yang bersifat paguyuban (*gemeinschaft*) merupakan komunitas yang hubungan anggotanya diikat oleh hubungan persaudaraan yang begitu kuat atau hubungan batiniah, bersifat alami, dan bersifat selamanya/kekal. Mereka memiliki perasaan saling mencintai satu sama lain dan menjunjung nilai-nilai persatuan yang bagi mereka adalah suatu yang telah dikodratkan. Seperti rukun tetangga, kelompok kekerabatan dan keluarga. Sedangkan komunitas yang sifatnya patembayan (*gesellschaft*) merupakan komunitas yang ikatan hubungan keanggotaannya hanya didasarkan pada kepentingan dan hanya sementara. Hubungannya hanya sebatas bentuk dalam pikiran belaka seperti rasa senang, hobby, keuntungan dan lain sebagainya. Salah satu contohnya adalah komunitas motor yang marak kita temukan dimana-mana (Soekanto & Sulistyowati, 2017).

Hari ini, pengguna kendaraan roda dua/motor sudah banyak membentuk komunitas sosialnya, bukan lagi hanya sekedar karena adanya hoby yang sama, perasaan suka model motor yang sama, atau keinginan perjalanan *Trip* yang sama, dan lain sebagainya. Melainkan sekarang komunitas motor sudah menjadi gaya hidup dan symbol bagi mereka untuk membawa citra baik komunitasnya dalam dirinya. Dri dulu sampai sekarang, pengguna motor yang tergabung dalam suatu komunitas motor akan disebut *Bikers* dan akan selalu menjaga nama baik identitas komunitas atau clubnya (Valentino et al., 1945).

2.3. Komunitas Vespa Matic Piaggio

Vespa adalah salah satu jenis kendaraan roda dua yang diproduksi oleh perusahaan terkenal asal wilayah Pontedera Italia yang memiliki nama perusahaan *Piaggio*. Jenis motor yang dikeluarkan oleh perusahaan vespa ini adalah sepeda motor jenis skuter.

Sepeda motor vespa sendiri pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1967 melalui ATPM yaitu agen tunggal pemegang merek, PT. Dan motor vespa Indonesia yang dibangun atas Kerjasama East Asiatic Company Denmark dan Indonesia. Jumlah pengguna dan komunitas vespa sendiri di Indonesia menempati urutan kedua terbanyak di dunia setelah italia sebagai negara produsennya. Motor vespa untuk pertama kalinya mendapatkan hati di masyarakat Indonesia yaitu pada saat pemerintah menjadikan motor vespa sebagai hadiah penghargaan kepada tentara Indonesia yang telah diutus dalam tugas perdamaian dunia. Semenjak

momen itulah motor vespa semakin banyak digemari dan dijadikan sebagai salah satu pilihan kendaraan roda dua di Indonesia (Aryani, 2019).

Perkembangan desain model vespa juga mengalami terus peningkatan dimulai dari desain body sampai dengan peralihan dari mesin porseneling ke transmisi matik yang lebih efisien dan baik. Vespa modern yang sudah menggunakan transmisi matic juga mulai digemari oleh masyarakat mulai tahun 2000an. Sampai dengan pada tahun 2011 di Jakarta untuk pertama kalinya komunitas MoVe yaitu Modern vespa Indonesia terbentuk. Dimulai dari beberapa orang yaitu Agman, Bareno, Dimas, Kikky, Admy, Faisal, Dani yang berawal dari obrolan di forum online yang akhirnya mengagendakan acara kopdar (kopi darat) dan akhirnya ada keinginan untuk membentuk suatu perkumpulan sendiri yang memiliki minat dan hobi yang sama yaitu riding (Reza, 2021).

Komunitas Modern vespa Indonesia atau sering di sebut Move Indonesia adalah suatu wadah bagi para pengendara vespa matic yang ada di Indonesia yang memiliki orientasi hobi dan minat yang sama antara satu dengan yang lain. Anggota Move Indonesia menjalin hubungan sosial yang begitu erat dan akan selalu memiliki kegiatan secara Bersama sama baik yang sifatnya riding bahkan peduli sosial, berkumpul di suatu tempat, mengobrol dan berdiskusi yang berkaitan dengan pengetahuan trend vespa matic dan pengalaman diantara mereka (Reza, 2021).

Tujuan besar dibentuk nya komunitas Move Indonesia adalah untuk dapat mensosialisasikan pariwisata dan UMKM-UMKM yang ada di Indonesia. Tujuan ini tergambar dengan jelas dalam bentuk-bentuk kegiatan yang diselenggarakan

oleh Move Indonesia antara lain melakukan kegiatan Kopdar, touring wisata, jambore nasional, dan kegiatan bakti sosial lainnya (Reza, 2021).

Perkembangan keanggotaan Komunitas Move Indonesia tiap tahunnya mengalami peningkatan yang begitu pesat. Salah satu bentuk nyatanya adalah bagaimana komunitas Move Indonesia telah memiliki sebuah sistem keanggotaan chapter di tiap-tiap daerah provinsi yang ada di Indonesia, yang terdiri dari kurang lebih 47 chapter yang tersebar dari sabang sampai Merauke, salah satunya chapter Move Makassar.

2.4. Perilaku FOMO (Fear Of Missing Out)

Hidup di era masyarakat informasi yang dimana setiap individu tidak terlepas dari aktivitas *smartphone* nya untuk melakukan kegiatan mencari informasi terbaru sampai dengan berinteraksi melalui media sosial internet. Kecenderungan ini jelas akan menimbulkan salah satu bentuk perilaku FOMO (*Fear Of Missing Out*). Intensitas penggunaan sosial media memiliki pengaruh kuat terhadap terbentuknya perilaku FOMO dalam diri individu. Media sosial menjadi alat pamungkas di era modern ini untuk melahirkan individu-individu yang berperilaku FOMO, namun pada dasarnya individu yang berperilaku FOMO sudah ada sejak sebelum internet dan media sosial berkembang, sehingga perilaku FOMO sebetulnya bisa hadir tanpa individu tersebut selalu terpaku oleh media sosial atau *gadget*. (Patrick J. McGinnis, 2020).

Perilaku FOMO dapat diartikan sebagai kondisi adanya keinginan yang begitu besar tentang berbagai hal yang diinginkan individu baik yang sifatnya nyata

ataupun khayalan, dimana pemenuhan keinginan tersebut dapat menjadikan hidupnya sempurna yang sifatnya mendesakkan diri untuk segera diadakan. Rasa cemas dan tertekan melihat setiap postingan orang lain yang menurut individu menarik, seru dan sukses yang terdapat di beranda media sosialnya sehingga menimbulkan perasaan rasa takut tertinggal dari orang lain atau bahkan merasa kurang *Update* dari trend yang sedang ramai diperbincangkan itulah FOMO (Patrick J. McGinnis, 2020).

Pada dasarnya ketika seseorang berkumpul dan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya baik keluarga ataupun teman sebaya dan seseorang tersebut memiliki perilaku FOMO yang tinggi, maka ia akan selalu merasa cemas dan takut merasa tertinggal ketika ia tidak tahu, tidak mengikuti, atau bahkan tidak menggunakan apa yang telah melekat di lingkungan sosialnya. Sehingga ia pasti memiliki kecenderungan untuk selalu setiap waktu mengecek media sosial nya dan melakukan kegiatan *Scrolling timeline* dengan menggunakan *gadget* atau tabnya agar tidak ketinggalan informasi dan dianggap sebagai seseorang yang kurang *Up-date* (Hura et al., 2021).

Menurut penelitian Przybylski pada tahun 2013 dalam (Putra, 2018) bahwa terdapat tiga indikator dari adanya perilaku FOMO yang dapat diidentifikasi pada individu. Pertama, rasa takut yang timbul akibat keadaan emosional individu yang merasa terancam akibat dirinya terhubung atau tidak terhubung pada suatu informasi yang terdapat pada realitas sosial atau percakapan diskusi orang lain. kedua, adanya rasa khawatir yang berlebih akibat dari dinilainya individu lain sedang mengalami keadaan yang baik/Bahagia dengan memiliki suatu hal yang

tidak dimiliki orang lain dan yang ketiga, adanya perasaan cemas akibat dari individu tersebut terhubung atau tidak terhubung pada suatu moment/kejadian yang penting dialami orang lain, tidak dengan dirinya. Ditambahkan dalam penelitian Dara Vonna berdasarkan jenis kelamin (Vonna, 2022) menyebutkan bahwa terdapat persentasi kecenderungan lebih laki-laki untuk berperilaku FOMO dibandingkan Perempuan.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi individu dapat berperilaku FOMO menurut JWT *Intelligence* dalam (Wulandari, 2020) sebagai berikut. Pertama, keterbukaan informasi di media sosial yang sangat mudah untuk diakses kapanpun dan dimanapun tanpa di batasi ruang dan waktu sehingga orang-orang dapat melihat segala bentuk aktivitas orang lain. kedua, usia remaja yang memiliki keterampilan lebih banyak dibandingkan usia lainnya dalam menggunakan internet dan media sosial dalam mengelola informasi yang dibutuhkan dan diinginkan. Ketiga, adanya keinginan yang kuat untuk dapat tampil lebih baik dibandingkan orang lain dan berusaha menunjukkan di hadapan orang lain/umum. Keempat, banyaknya informasi yang disebar melalui informasi *Hashtag* yang menandakan bahwa informasi yang disebar tersebut adalah sebuah informasi *trending* atau terbaru.

Jelas bahwa dampak dari perilaku FOMO pada individu sangat berpengaruh terhadap kehidupan kesehariannya. Perilaku FOMO membuat seseorang tidak dapat dapat atau sulit mengendalikan emosi dan keinginannya terhadap suatu hal, sehingga tindakannya akan cenderung tidak beraturan atau tidak punya prinsip tetap karena selalu ingin mengikuti orang lain. Perilaku FOMO juga membuat individu

selalu merasa tergantung terhadap penggunaan media sosial dan juga menjadi *Phubbing*, mereka juga akan cenderung meniru apa yang dilakukan orang lain (Aisafitri & Yusriyah, 2021).

2.5. Landasan Teori Sosiologi

1. Tindakan Ideal Sosial Max Weber

Max Weber sebagai tokoh sosiologi merumuskan sosiologi sebagai kajian yang berupaya menjelaskan arti dan makna dari sebuah tindakan sosial individu. Max Weber menyampaikan bahwa Tindakan sosial adalah sebuah Tindakan yang diperuntukkan bagi individu lain. Tindakan sosial individu yang ia lakukan terhadap orang lain akan selalu memiliki makna dan arti subjektif bagi individu terhadap orang lain yang menjadi objeknya (Ritzer, 2014a).

Dalam usahanya Peneliti sosiologi mempelajari tindakan sosial tentang apa yang dimaksudnya dari tindakannya baik dari segi arti dan makna, maka dianjurkan seseorang untuk memahami terlebih dahulu motif dari tindakan sosial tersebut. Adapun usaha yang dapat dilakukan yaitu dengan kesungguhan fokus dalam mengartikannya dan mencoba bergabung serta berperan sebagai aktor tersebut secara langsung (Ritzer, 2014a).

Atas dasar konsep rasionalitas Tindakan sosial Weber, maka ia membagikannya kedalam beberapa tipe, Tindakan rasionalitas instrumental, Tindakan rasional nilai, Tindakan tradisional, dan

Tindakan sosial afektif. Setiap tindakan yang diambil oleh individu dengan berdasar kepada berbagai pilihan-pilihan ataupun berbagai pertimbangan dikenal sebagai bentuk tindakan rasional instrumental. Dalam tipe tindakan ini, individu mempunyai tujuan atau sarana yang digunakan dalam pencapaian tujuannya (Ritzer, 2014a).

Setiap tindakan yang dilandasi dengan pemahaman mengenai nilai-nilai fundamental, yaitu tata susila atau etika, keindahan atau estetika, nilai agama dan sebagainya dikenal sebagai tindakan rasional nilai yang mampu memengaruhi perilaku seorang individu. Misalnya, memberi sedekah bagi kalangan umat Islam merupakan tindakan rasional nilai karena dilandasi oleh nilai agama bahwa bersedekah mampu menjadikan seorang muslim menjadi hamba Allah yang diridhai (Ritzer, 2014a).

Setiap tindakan dianggap tradisional jika telah dipraktikkan sebagai adat istiadat atau kebiasaan selama bertahun-tahun. Sama halnya dengan tindakan afektif, tindakan tradisional juga dilakukan tanpa pemikiran atau persiapan secara sengaja karena tindakannya tersebut dijalankan berdasarkan tradisi dan sudah berlangsung sejak dulu ataupun karena orang lain juga selalu melakukannya secara berulang kali (Ritzer, 2014a).

Tindakan sosial afektif adalah sebuah tindakan yang didasarkan pada perasaan emosional dan kondisi individu. Tindakan afektif ini adalah sebuah respon dari apa yang ia rasakan diluar dirinya secara emosional

dan menjadi tanggapan balik atas orang-orang yang ada di dekatnya untuk memenuhi hasrat kepuasan dirinya (Ritzer, 2014a).

Tindakan afektif termasuk sebagai pencapaian yang sangat positif dalam mengkaji Tindakan sosial individu karena penggunaannya dapat diperuntukkan untuk mengerti kerumitan perasaan belas kasih individu yang merasakan kesulitan, cepat tanggap untuk memberikan penolongan terhadap orang yang membutuhkan, dan perasaan emosional lainnya seperti marah, iri, ambisi dan lain sebagainya. Perumpamaannya dapat diumpamakan “apa boleh saya lakukan ini?” (Ritzer, 2014a).

2. Interaksi Simbolik Herbert Blumer

Interaksi Simbolik menjadi istilah yang begitu populer pada kajian analisis sosiologi Chicago yaitu tindakan sosial di era kontemporer. Kajian interaksi simbolik termasuk dalam kajian mikro dalam sosiologi karena dalam proses interaksinya berupaya untuk menggali setiap makna Tindakan sosial individu yang menggunakan simbol-simbol tertentu. Melalui interaksi simbolik lah pernyataan-pernyataan seperti “Pemaknaan situasi”, “Arti realitas sosial dari sudut pandangnya”, “jika orang memaknai suatu hal secara berkelompok”, menjadi suatu hal yang sangat relevan. Hal terpenting dari upaya memahami makna dalam interaksi simbolik adalah sisi pengamatan individu terhadap kehidupan sosial (Jones et al., 2011).

Istilah interaksi simbolik pertama kali dicetuskan oleh Herbert Blumer. Namun sudah banyak tokoh-tokoh sosiologi yang telah memberikan banyak sumbangsuhnya terhadap proses perkembangan teori interaksi simbolik ini seperti Georg Simmel, William James, Charles Horton Cooley, George H. Mead, dan John Dewey. Perspektif kajian interaksi simbolik memfokuskan pada analisis hubungan yang terbangun diantara dua individu atau lebih. Individu dianggap sebagai subjek yang memiliki peran besar dalam mengartikan, menilai, menjelaskan, dan bertindak (Raho, 2021).

Menurut Herbert Blumer, kajian analisis Interaksi Simbolik memiliki lima konsep utama yang harus difahami, antara lain yaitu (Ahmadi, 2008): Pertama konsep diri (*Self*), memandang bahwasanya manusia memiliki kesadaran akan implus yang mereka terima sehingga dipertimbangkan terlebih dahulu dan barulah mereka bertindak.

Kedua, konsep objek (*object*), memandang manusia dikelilingi oleh objek-objek yang sifatnya baik fisik seperti kendaraan sepeda motor dan nonfisik seperti konsep kebebasan, perlu digaris bawahi bahwa objek tidak memiliki makna didalamnya melainkan orang-orang itu sendirilah yang memberikan pemaknaan terhadap objek tersebut.

Ketiga, konsep perbuatan (*action*), memandang bahwa manusia bertindak sosial bukan sepenuhnya ada ransangan dari luar dirinya

melainkan ia punya kendali penuh atas dirinya sehingga ia dapat bertindak sesuai dengan keputusannya sendiri.

Keempat konsep Interaksi Sosial (*Social Interaction*), memandang individu yang tergabung dalam sebuah kelompok/komunitas akan saling berupaya untuk menjadi satu bagian dengan yang lainnya sehingga dapat saling memaknai Tindakan yang dilakukan secara Bersama-sama.

Kelima konsep Tindakan Bersama (*join action*), memandang suatu aksi Bersama dalam komunitas untuk dapat bertindak dan berperilaku sama sehingga mengkonstruksi suatu pemaknaan yang sama terhadap symbol yang digunakan.

Sehingga kesimpulan Herbert Blumer terhadap kajian sosiologi mikro Interaksi Simbolik berfokus pada tiga unsur premis utama, yaitu (Wirawan, 2015):

1. Individu melakukan Tindakan sosial karena menganggap terdapat suatu pemaknaan didalam Tindakan sosial tersebut bagi dirinya.
2. Makna tersebut lahir dari proses interaksi sosial yang dialaminya yang dilakukan individu dengan individu lainnya. Dan
3. Makna-makna tersebut akan terus dikonstruksi dan disesuaikan menjadi satu kesatuan utuh dalam proses interaksi sosial yang berlangsung.

2.6. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Hasil dan Pembahasan	Perbedaan Penelitian
1.	Anushree Tandon, Amandeep Dhir, Shalini Talwar, Puneet Kaur, Matti Mantymaki (2021)	Konsekuensi gelap dari ketakutan akan kehilangan yang disebabkan oleh media sosial (FoMO): Penguntit media sosial, perbandingan, dan kelelahan.	Dampak negative berupa rasa takut kehilangan moment, kelelahan penggunaan media sosial, <i>Scrolling</i> informasi media sosial, dan perbandingan penggunaan media sosial secara mandiri. Hubungan timbal balik yang begitu kompleks antara satu fenomena dengan fenomena lainnya dan memberikan gambaran tentang faktor-faktor penyebab dan strategi untuk meminimalisir dampak buruknya. Penelitian ini menggunakan teori Perbandingan Sosial dan teori internet kompensasi serta menggunakan metode Kuantitatif deskriptif.	Terdapat hubungan positif antara perilaku FOMO dan Perbandingan sosial sejalan dengan kelelahan bermedia sosial. Selanjutnya perbandingan sosial juga memengaruhi variabel perilaku FOMO dan kelelahan bermedia sosial serta perilaku FOMO berbanding terbalik dengan perbandingan intensitas penggunaan media sosial oleh individu.	Penelitian yang akan dilakukan tidak lagi membahas bagaimana hubungan timbal balik antara intensitas bermedia sosial, timbulnya perilaku FOMO dan dampak negative nya. Melainkan bagaimana bentuk-bentuk perilaku FOMO dalam suatu komunitas MoVe Makassar dan bagaimana pemaknaan tindakan sosial individu dalam interaksi simbolik komunitas vespanya. pendekatan yang digunakan yaitu kajian interaksi simbolik Mead dan Blumer serta metode yang digunakan kualitatif deskriptif.
2.	Muhammad Shaleh	Komunitas Vespa	Modern Vespa Semarang juga	Identitas MoVe Semarang ditentukan	Penelitian yang akan dilakukan

	Alfarisi (2019)	Modern: Kajian Terhadap Pembentukan Identitas Dan Gaya Hidup.	memiliki kebiasaan dan gaya hidup komunitas yang identik dengan komunitas mereka sendiri, sehingga orang-orang dalam komunitas Modern Vespa Semarang membentuk identitas sosial dan gaya hidupnya melalui interaksi sosial mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretivisme simbolik dari Clifford Geertz dan teori budaya konsumen dari Mike Featherstone dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode etnografi.	bukan saja pada jenis motor yang dikendarai yaitu Vespa matik namun juga dari logo, jaket vest persyaratan, norma, dan stiker. Gaya hidup yang ditunjukkan komunitas MoVe Semarang berupa kopdar, touring, Jambore MoVe Indonesia, silaturahmi, fashion berkendara, fashion Vespa dan kegiatan lainnya. Identitas dan gaya hidup tersebut dapat terjadi pada komunitas MoVe Semarang karena berawal dari sistem kognisi yang terbentuk dari persyaratan dan norma-norma yang berawal dari tujuan awal mula dan dan tujuan berkomunitas.	lebih berfokus atas kegiatan yang dilakukan anggota komunitas yang berperilaku FOMO dalam interaksi simboliknya dan pemaknaan disetiap Tindakan sosial anggota komunitasnya. sehingga tidak menjabarkan macam-macam bentuk kegiatan umumnya saja melainkan lebih spesifik lagi. Pendekatan teori penelitian kali ini menggunakan Interaksionisme Simbolik dari H. Mead dan H. Blummer dengan Metode penelitian kualitatif deskriptif.
3.	Beby Aryani (2019)	Bahasa Slang Komunitas Vespa Di Kelurahan Bandar Khalipah Kecamatan Percut Sei Tuan.	Penelitian ini mengkaji tentang penggunaan Variasi bahasa Slang dan Kosakata Bahasa Slang yang dipakai komunitas Vespa yang bertujuan mendeskripsikan penggunaan variasi bahasa Slang dan mengetahui arti	Bahasa slang terdapat beberapa bahasa yaitu bahasa pembalikan kata, penambahan huruf di awal, tengah, dan akhir, penambahan huruf "i" dan huruf "g" di komunitas vespa di Kelurahan Bandar Khalipah Kecamatan Percut Sei Tuan sering	Penelitian yang dilakukan lebih berfokus pada bentuk-bentuk perilaku FOMO dalam komunitas MoVe Makassar dan pemaknaan Tindakan sosial individu anggota komunitas vespanya, bukan

			<p>bahasa Slang yang digunakan komunitas Vespa. Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiolinguistik dengan metode penelitian kualitatif deskriptif.</p>	<p>menggunakan bahasa slang tersebut. Bahasa slang itu hanya komunitas mereka saja yang tahu artinya, karna bahasa tersebut bersifat rahasia, agar tidak banyak yang mengetahui apa yang dibicarakan oleh komunitas vespa tersebut. Hanya komunitas mereka yang menciptakannya sendiri, sehingga hanya anggota komunitas saja yang memahami artinya.</p>	<p>dari sisi Bahasa yang digunakan saja. Pendekatan teori penelitian juga menggunakan Interaksionisme Simbolik dari H. mead dan H. Blummer.</p>
--	--	--	---	--	---

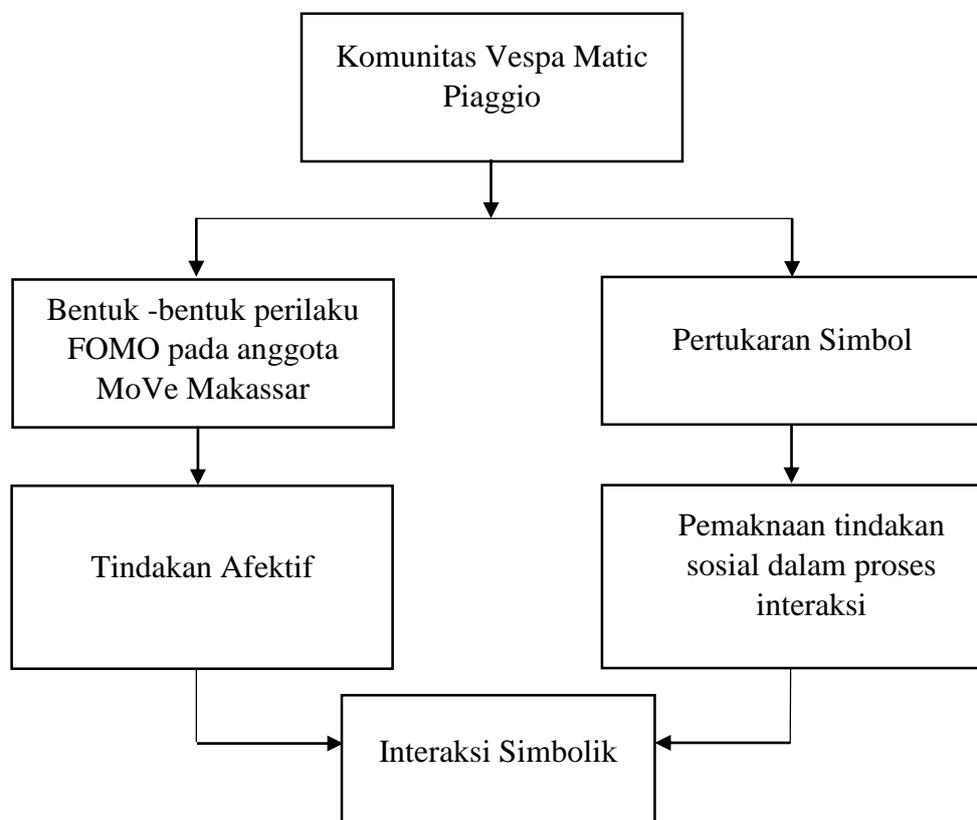
TABEL 2. 2 PENELITIAN TERDAHULU

2.7. Kerangka Pikir

Pengguna Motor Vespa Matic *Piaggio* sedang mengalami peningkatan jumlah pengendaranya, mulai dari anak remaja sampai dengan orang tua. Para pengendara Motor Vespa Matic *Piaggio* Sebagian besar memiliki kecenderungan untuk bergabung dalam suatu komunitas motor sesamanya untuk melakukan aktivitas/kegiatan secara Bersama-sama. Anggota komunitas Motor Vespa Matic *Piaggio* juga memiliki kecenderungan Tindakan dan pemaknaan yang sama dalam berinteraksi antara satu dengan yang lainnya.

Individu yang menggunakan motor vespa matic *Piaggio* cenderung akan memilih bergabung dalam suatu komunitas vespa. Dalam berkegiatan, anggota komunitas vespa akan saling berinteraksi satu dengan yang lain dalam berbagai kegiatan yang mereka adakan secara Bersama-sama. Mereka saling bercengkrama

dan bertukar informasi dengan simbol-simbol yang ada baik yang sifatnya signifikan dan tidak signifikan. Mereka bertindak dibangun atas dasar pemaknaan dan tujuan yang sama dalam menilai setiap kegiatannya yang dilakukan. Mereka dapat saling memahami antara satu dengan yang lain sesuai symbol yang digunakan. Kegiatan seperti kopdar, touring, baksos dan lain sebagainya menjadi salah satu kegiatan rutin yang mereka jalankan dalam komunitasnya. Pertukaran simbol-simbol dan Pemaknaan Tindakan sosial yang terbangun dalam setiap kegiatan komunitas inilah yang akan menjadi tujuan akhir peneliti untuk di ungkapkan dalam penelitian kali ini. Oleh karena itu, adanya bentuk-bentuk perilaku FOMO dalam suatu komunitas modern vespa *Piaggio* dan pemaknaan maksud tujuan yang ingin disampaikan adalah hasil dari proses sosial interaksi simbolik komunitas Modern Vespa.



2.8. Definisi Konseptual

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa konsep untuk menjelaskan realitas sosial yang akan dilihat dan dianalisis yakni Interaksi Simbolik, Komunitas Vespa, dan Perilaku FOMO. Adapun pendefinisian sebagai berikut.

- a. Interaksi Simbolik adalah suatu bentuk kontak langsung yang dilakukan oleh individu dengan individu lain ataupun individu dengan komunitasnya dan menjalin komunikasi diantara mereka yang didasarkan pada penggunaan simbol-simbol fisik yaitu vespa matic *Piaggio*.
- b. Komunitas Vespa adalah suatu perkumpulan pengguna motor vespa matic *Piaggio* yang tergabung dari beberapa golongan umur baik remaja, dewasa bahkan orang tua yang memiliki minat dan hobi dalam kegiatan kopdar, touring dan modifikasi sepeda motor di kota Makassar.
- c. Perilaku FOMO adalah suatu perasaan yang timbul dalam diri individu berupa rasa takut tertinggal, cemas, dan khawatir yang berlebih ketika tidak bisa mengikuti sebuah informasi, kegiatan, ataupun konsumsi barang-barang yang terdapat di luar dari dirinya serta memaksakan dirinya untuk dapat mengakses ke semua halnya.
- d. Simbol adalah sebuah alat yang digunakan individu untuk saling memahami maksud dan tujuan yang ingin disampaikan sehingga menghasilkan sebuah respon balik antara individu yang satu dengan individu lainnya.