

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa bentuk-bentuk *brand community* (kesadaran bersama, ritual tradisi dan tanggung jawab moral) motor *sport* kawasaki ninja NIC'S (Ninja *Club Sport*) Malang yakni sebagai berikut:

#### **A. Kesimpulan**

##### **1. Kesadaran Bersama**

Saling menolong antar anggota komunitas dan komunitas lain, berbagi link politik dan bisnis, siap menyikapi dan menerima macam-macam sifat dan tingkah laku anggota, tidak membuat forum dalam forum, membantu menyelesaikan permasalahan bersama, solid, mempertahankan tradisi, menghidupkan komunitas, menjaga nama baik komunitas dan membuatnya berprestasi, adanya regenerasi anggota, loyalitas pada AD ART komunitas, tertib lalu lintas, mempunyai kontribusi ke alam, kesadaran ke masyarakat umum dan anggota komunitas dan silaturahmi.

##### **2. Ritual dan tradisi**

Ritual meliputi: bakti sosial, patner kepolisian sebagai *safety rading*, kopi daratan, *rolling*, *touring* wisata, *touring* kegiatan, sedangkan tradisi meliputi merayakan hari berdiri komunitas (*anniversary*).

### 3. Tanggung jawab moral

Tanggung jawab moral meliputi: regenerasi anggota, mengkondisikan, mensupport, mengadakan acara kumpul keluarga besar, memberikan tanggung jawab kepengurusan, memecahkan masalah yang ada, mensolidkan anggota, mengadakan program-program serta dibutuhkan kesadaran untuk membawa komunitas dan mengerti apa maunya anggota. Membantu dalam penggunaan merek yaitu dengan cara membuka *group* untuk masyarakat umum untuk berkonsultasi tentang motornya, cara *word of mouth*, memanfaatkan komunitas sebagai iklan berjalan.

selain ke tiga tanda tersebut, dalam penelitian ini peneliti menemukan satu tanda tradisional dalam komunitas yaitu:

### 4. Kesederhanaan

Bentuk kesederhanaan tersebut antara lain tidak harus mahal-mahal aksesorisnya dan motor kinclong, tidak harus dengan motor bagus, bisa suka dan jalan bersama-sama, tidak harus menggunakan *apparel* yang mahal-mahal, tidak harus nongkrong di tempat yang mewah kemudian menampilkan motor di *caffe*, saat touring tidak harus tidur di hotel, komunitas NIC'S itu lebih kearah kebersamaan antar anggota meskipun nongkrong di pinggiran jalan kita santai-santai saja, penting punya motor, prinsip, kopdar, dapat teman serta anggota yang baru tergabung dalam komunitas dan memakai *apparel* yang mahal-mahal tetapi seiring berjalannya waktu anggota yang suka dengan *apparel* yang mahal tersebut akan lebur menjadi satu dengan anggota komunitas yang tidak begitu

memakai *apparel*, tidak harus punya motor ninja kemudian sombong karena yang di tonjolan dan berharga dalam *club* itu adalah hobinya dan tidak terfokus pada *apparel*, mungkin *apparel* itu berfungsi untuk pendekatan sosial, menambah teman dan *join* bisnis antar anggota dan menjual suatu produk tertentu.

## **B. Saran**

### 1. Peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan melakukan observasi dan wawancara secara lebih mendalam terhadap anggota komunitas untuk memperluas sudut pandang penelitian di bidang sosial tentang perilaku menyimpang tentang ritual tradisi dalam komunitas.

### 2. Komunitas merek

Komunitas merek untuk memperbaiki cara berkomunikasi antar sesama anggota dan masyarakat, meningkatkan ke akrabannya antar anggota, karena suatu komunitas tidak akan hidup tanpa adanya suatu hubungan antar anggota tersebut serta sebanyak mungkin mengadakan kegiatan yang bersifat sosial guna meningkatkan eksistensi dari komunitas motor agar masyarakat tidak menganggap bahwa orang yang tergabung dalam komunitas motor itu identik dengan perilaku kurang baik sehingga masyarakat menganggap bahwa setiap komunitas motor yang berkumpul di tepi jalan pada malam hari itu geng motor.