

## BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Strategi modal sosial pada komunitas Motor Besar Indonesia memiliki aspek norma, jaringan, dan kepercayaan oleh Putnam melalui tiga dimensi kognitif, struktural, dan relasi. Pada aspek struktural mampu pengurus mampu merangkul perbedaan dan menyatukan dari berbeda latar belakang dari awal penerimaan sampai bertahan di komunitas melalui kegiatan terstruktur dan rutin seperti SUNMORI (*Sunday morning riding*), touring, dan bakti sosial. Memiliki nilai dianut bersama dimensi kognitif untuk patuh lalu lintas *safety riding* dan semua perbedaan disatukan oleh persamaan rasa memiliki hobi sama motor besar tidak memandang jenis merek kendaraan motor besar. Secara relasi memiliki fleksibilitas saling mendukung sebagai contoh salah satu narasumber merasakan dampak selain mengisi waktu luang mendapatkan kesempatan sumber penjualan kendaraan mobil. Penguatan modal sosial memerlukan distribusi informasi dan memanfaatkan sumber daya manusia. Komunitas Motor Besar Indonesia sudah melakukan kedua tersebut secara timbal balik. Membentuk karakteristik modal sosial pada anggota komunitas merupakan *bridging social capital* atau modal sosial jembatan merangkul keberagaman dan ranah komunitas *sebagai linking social capital* bermitra dengan insitusi negara, UMKM, dan yayasan sosial.

Penguatan kohesi sosial terjadi kerekatan melalui matrial dan immaterial. Material kohesi sosial memiliki kelas sosial ekonomi menengah keatas dengan kemampuan membeli kendaraan sepeda motor besar. Memiliki latar belakang pendidikan mayoritas lulusan sarjana satu. Pada immaterial memiliki latarbelakang profesi dan multietnis memiliki *kesatuan* berdasarkan hobi dan memiliki nilai sosial ditengah masyarakat menanggapi pengguna motor besar arogan. Nilai dibangun kesaudaraan “masalah lu, masalah kita” budaya kerjasama dibangun berdasarkan media kegiatan diadakan oleh pengurus. Berdampak pada kegiatan personal saling menguntungkan dan memahami perspektif berbeda. Kohesi dibangun selain meluangkan hobi, membangun silaturahmi. Komunitas mampu mampu menjembatani perbedaan dan individu dapat meluangkan aspirasi

meluangkan hobi otomotif motor besar dan berkenalan dengan latar belakang berbeda.

## 5.2 Saran

Bedasarkan penelitian dan analisis dilakukan oleh peneliti saran dapat diajukan sebagai berikut:

1. Komunitas motor besar dapat dipelajari dengan teori sosiologi lain membahas industri otomotif dan sepeda motor. Memperkaya kajian pandangan sosiologi permasalahan komunitas dan transportasi.
2. Dapat mempelajari aspek-aspek nilai dan budaya motor besar pada interaksionalisme simbolik dan aspek sosiologi ekonomi pada pengendara motor Indonesia sebagai jumlah jenis kendaraan terbanyak . Melalui studi komperatif motor besar dan motor kecil di Indonesia

