

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Diecast adalah model mainan yang diproduksi dengan menggunakan metode *die-casting* dengan menggunakan detail dari plastik dan kaca (Mubarak, 2015). Saat ini *diecast* sudah menjadi *hobby* bagi beberapa orang. Pada awalnya dari mainan khusus anak-anak ada beberapa *diecast* yang tidak diperbolehkan untuk disentuh oleh anak-anak yang berusia 0-3 tahun dikarenakan ada beberapa *part-part* kecil yang beresiko membuat anak-anak usia 0-3 tahun tersedak. Saat ini *diecast* menjadi *hobby* bagi para remaja dan orang dewasa, sehingga saat ini *diecast* menjadi sumber penghasilan bagi para penjual *diecast* baik yang ada di Indonesia khususnya Kota Surabaya maupun yang ada di luar negeri.

“Awalnya, diecast tumbuh dalam diam, dan hanya bergerak antara kalangan pecintanya. Namun, setelah event Indonesia Diecast Expo di 2014 berlangsung, pasarnya mulai menunjukkan tajinya” (Jawa Pos.com, 19 September 2018).

Di dalam mengoleksi *diecast* sendiri, para kolektor bisa memodifikasi *diecast* menjadi lebih baik dari sebelumnya. Dalam memodifikasi para kolektor bisa melakukan berbagai tipe modifikasi. Bisa dengan mengecat ulang, mengganti ban dari satu *diecast* ke *diecast* yang lain, memodifikasi beberapa *part* dari *diecast*, hingga menempelkan *sticker* untuk mempermanis *diecast*.

Kemudian para kolektor pun juga mengikutsertakan *diecast* yang dimiliki ke dalam berbagai perlombaan baik lomba foto *diecast*, atau lomba custom *diecast* yang diadakan oleh berbagai *vendor*. Salah satunya adalah *Indonesian Diecast Expo* yang terakhir kali diadakan pada tanggal 3 sampai 4 November 2018 di Hall 8 ICE (*Indonesian Convention Exhibition*) BSD City Tangerang Selatan. Feldani Effendy, Public Relations IDE 2018, mengatakan bahwa

“Pameran Indonesian Diecast Expo yang dilaksanakan tahun 2018 akan memastikan para pecinta diecast Indonesia akan mendapat pengalaman yang lebih seru di IDE 2018 dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Sebab pameran ini tak sekadar menampilkan koleksi diecast, tapi juga

menampilkan mobil-mobil skala 1:1, lomba balap diecast, lomba custom diecast yang istimewa hingga acara eksklusif dengan salah satu diecaster terkemuka dari luar negeri” (Merdeka.com, Kamis 25 Oktober 2018).

Kemudian para kolektor bisa mengikuti komunitas yang dibangun untuk mempererat hubungan antara para kolektor satu sama lain. Berdasarkan hasil *survey* yang telah peneliti lakukan di *platform* media sosial *Facebook*, ada empat komunitas yang dikhususkan untuk para kolektor *diecast*. Yang pertama adalah *Indonesia Diecast Photography* yang memiliki sekitar 7,823 anggota, kemudian *Indonesia Diecast Brotherhood* yang memiliki anggota berjumlah 6,248 anggota, kemudian *Welly Owner Community* yang memiliki 76 anggota, dan *Kinsmart Owner Community* yang memiliki jumlah anggota komunitas sebanyak 4,755 anggota.

Setelah peneliti melakukan *survey* dan membaca beberapa bulletin dari *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada menyatakan bahwa *diecast* pun memiliki banyak jenis. ada yang berbentuk mobil, motor, pesawat, kereta api, dan kapal. *Diecast* pun juga memiliki banyak rentang harga, ada yang berharga di kisaran puluhan ribu, hingga puluhan juta rupiah, tergantung seberapa besar ukuran, tingkat kemiripan dengan bentuk asli dari kendaraan tersebut, dan langka atau tidaknya *diecast* tersebut.

Namun ketika memodifikasi *diecast*, terkadang para kolektor pun sampai lupa waktu karena terlalu asyik dalam memodifikasi *diecast*. Di mana seharusnya bisa manajemen waktu menjadi agak panik, karena melebihi dari aturan jam.

Menurut pengakuan dari salah satu kolektor *diecast* berinisial BI berjenis kelamin laki-laki yang telah peneliti wawancara, mengatakan bahwa informan sering diomeli oleh istrinya, karena terlalu asyik memotret *diecast*nya sehingga dinamika hubungan suami dan istri sedikit terganggu.

“kalau mengutak-atik gak pernah, tapi kalau motret sering banget diomeli istri karena keasyikan”

Namun beliau berkata bahwa aktivitas memotret tersebut tidak sampai mengganggu pekerjaan dan aktivitas memotret tersebut bisa dijadikan sebagai obat jenuh.

“Biasanya saya motret Sabtu atau Minggu pagi, karena saya kerja 5 hari seminggu, atau di jeda jam kerja. Kalau motretnya indoor, umur sih dibawah 40. istri juga perlu dikasih tau aktivitas ini bermanfaat bagi mental, terutama sebagai obat jenuh “.

Ada juga kolektor *diecast* berinisial IA berjenis kelamin laki-laki berusia 39 Tahun yang sampai terlambat mandi karena mengutak-atik *diecast* miliknya.

“sempat pernah namun tidak pernah mengganggu pekerjaan lain hanya waktu mandi saja agak telat”

Masa remaja sendiri adalah masa transisi atau peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa. Pada masa ini individu mengalami perubahan, baik fisik maupun psikis, dan pada masa remaja seringkali terjadi masalah kesulitan manajemen waktu karena tidak mempunyai pemahaman mengenai manajemen waktu. Ketidakmampuan dan ketidakpahaman dalam memanajemen waktu dapat menimbulkan dampak buruk bagi siswa yaitu banyak kesempatan yang terbuang sia-sia.

Sedangkan masa dewasa menurut Hurlock dibagi menjadi tiga yaitu: Masa Dewasa Dini, Masa Dewasa Madya, dan Masa Dewasa Lanjut (Usia Lanjut).

Menurut Häfner & Stock (2010), “Banyak orang mengalami masalah terhadap manajemen waktu, dan berusaha menyelesaikannya”. Waktu sendiri adalah suatu komoditas yang paling bernilai karena waktu merupakan suatu sumber daya yang tidak dapat diperbaharui, dan para ilmuwan tidak dapat menciptakan penggantinya. Maka, jika waktu hilang, maka musnahlah dan waktu tidak dapat dicirikan dengan menit, jam, maupun hari.

Menurut Forsyth (2009) dalam Aprilita (2006) “penggunaan manajemen waktu yang baik dapat berdampak seperti: memiliki prioritas yang jelas dalam bekerja, mengurangi keterlambatan, dan kesalahan dalam bekerja, serta memiliki tingkat konsentrasi yang baik terhadap pekerjaan, sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja dengan baik”.

Menurut Atkinson (1994) manajemen waktu adalah “suatu jenis keterampilan yang berkaitan dengan segala bentuk upaya dan tindakan seseorang yang dilakukan secara terencana agar individu dapat memanfaatkan waktunya dengan sebaik-baiknya”.

Higgins (dalam Atkinson, 1994:26) mendefinisikan manajemen waktu sebagai proses untuk menjadikan waktu lebih produktif, dengan cara mengatur apa yang dilakukan dalam waktu tersebut. Sedangkan menurut Santrock (2007) manajemen waktu merupakan hal yang dapat membantu individu lebih produktif, memberikan keseimbangan antara bekerja dan bermain serta mencegah stres

Terdapat beberapa penelitian yang terkait dengan manajemen waktu yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Risnawati (2012) yang mengatakan bahwa rata-rata setiap karyawan menyia-nyiakan waktunya sekitar 3 jam 45 menit per minggunya. baik untuk aktivitas pribadi maupun aktivitas kantor yang tidak efektif.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Aprilita (2016) yang mengatakan bahwa semakin baik kemampuan dalam manajemen waktu, maka semakin baik pula peromansi kerjanya.

Masalah yang terjadi adalah masalah manajemen waktu. Di mana seharusnya bisa mengestimasi waktu yang dihabiskan ketika mengerjakan suatu pekerjaan, menikmati waktu bersama keluarga, melanjutkan pekerjaan yang lainnya, atau untuk beristirahat setelah seharian bekerja, bersekolah, atau kuliah menjadi tidak bisa melakukan hal-hal tersebut, karena tidak bisa mengestimasi waktu yang dimiliki ketika para *diecast* mengerjakan tugas-tugas yang belum selesai.

Peneliti melakukan wawancara singkat dengan lima orang kolektor *diecast* dan dengan yang pernah melakukan modifikasi pada *diecast* dalam sebuah *grup* yang menaungi para kolektor *diecast*. Sebagian besar menyatakan kalau pernah mengalami masalah manajemen waktu. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang gambaran manajemen waktu bagi para kolektor *diecast*.

1.2. Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi masalah penelitian mengenai gambaran manajemen waktu hanya pada tingkat pemahaman dan sikap kolektor *diecast* terhadap manajemen waktu serta tindakan-tindakan para kolektor *diecast* dalam memanajemen waktu.

Jenis-jenis manajemen waktu yang menjadi fokus dalam penelitian kali ini hanya terbatas pada waktu kolektor *diecast* memotret *diecast* yang para kolektor miliki, dan waktu kolektor *diecast* memodifikasi *diecast* yang kolektor miliki.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif pada para kolektor yang akan dihususkan pada bentuk *diecast* mobil yang memiliki rentang usia antara 18-40 tahun diakrenakan pada rentang usia 18-40 tahun merupakan masa produktif dari seorang manusia. Tempat peneliti ingin melakukan penelitian ini adalah individu yang mengoleksi *diecast* dan berdomisili di Kota Surabaya.

1.3. Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian di atas, maka peneliti ingin melihat tentang “Gambaran Manajemen Waktu Bagi Para Kolektor *Diecast*”.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk: melihat bagaimana gambaran dari Manajemen Waktu Para Kolektor *diecast*.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat antara lain:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi ilmu psikologi dan ilmu sosial lainnya yang memiliki perhatian terhadap masalah manajemen waktu. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan wawasan mengenai perkembangan kemampuan berpikir (kognitif) dari remaja hingga orang dewasa dalam hal manajemen waktu sekaligus peran remaja dan orang dewasa dalam hal manajemen waktu.

1.5.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk memberikan masukan bagi para remaja dan orang dewasa yang mengkoleksi *diecast* mengenai pemahaman manajemen waktu bagi para kolektor *diecast*. Para kolektor *diecast* sendiri memiliki karakteristik sebagai berikut: aktif di komunitas *diecast*, mengkoleksi *diecast*, dan pernah memodifikasi *diecast* miliknya atau milik rekan komunitasnya. Dan diharapkan para kolektor *diecast* bisa mengevaluasi bagaimana kemampuan manajemen waktunya.