

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunitas mainan pun banyak macamnya mulai dari *diecast* (mobil-mobilan), *lego*, gundam, dan lain-lain. Sebenarnya, komunitas *diecast* sangat banyak jumlahnya mulai dari anak muda hingga orang tua (www.icaltoysartikel.com). Eka (2013: par 2, par 4, dan par 15) menjelaskan sebagai berikut:

Komunitas tersebut, berdomisili di Jakarta, Surabaya, Bandung, dan masih banyak lagi. Di Indonesia terdapat komunitas *Oneighteenth* Indonesia yang didirikan pada tanggal 14 Juni 2013. Komunitas ini mempunyai anggota yang mengkoleksi mobil dengan skala 1:18. Tujuan didirikan komunitas ini untuk mengumpulkan para kolektor *diecast* dengan skala tersebut. Alasan tersebut, komunitas ini hadir untuk menambah eksistensi para pecinta *diecast* di tanah air..... Tidak hanya menjadi ajang berkumpulnya para kolektor *diecast*, melainkan juga menjadi sarana bagi para kolektor *diecast* untuk saling bertukar informasi seputar pengetahuan, mengetahui harga pasar, dan bahkan ada juga yang melakukan kegiatan jual beli..... Komunitas ini membuat forum *web* yaitu *speedarchitech.com*. Forum ini berisi tentang informasi yang ada di dalam komunitas tersebut, dan ada juga foto-foto mobil yang memiliki model *sport* dan model mobil yang sudah langka di pasaran. Selain itu, komunitas ini juga membuat forum di *facebook* dengan nama yang sama. Di forum ini, kita

dapat melakukan diskusi atau bergabung dalam *group* tersebut, untuk memperoleh informasi mengenai *diecast*. Eduard Sutarto orang yang memiliki gagasan untuk membuat komunitas *diecast* ini. "Semua *member* yang tergabung dalam komunitas *Oneighteenth* Indonesia memiliki *diecast* yang berbeda dan tergolong langka" ungkapnya. Hingga kini anggota yang tergabung dalam komunitas ini berjumlah 50 orang.

Menurut Si Momot *diecast* adalah barang koleksi yang berasal dari plastik atau metal. Si Momot (2015: par 1) menjelaskan sebagai berikut:

Istilah mainan *die-cast* atau *diecast* – dan peng hobinya disebut *diecaster*- mengacu pada model mainan atau barang koleksi yang diproduksi dengan menggunakan metode *die casting*. Mainannya terbuat dari logam, dengan detail dari plastik, karet, atau kaca.

Selain itu *diecast* lebih banyak digemari daripada mainan lainnya, seperti *action figure*. Setiabudi (2015: par 5) menjelaskan sebagai berikut:

Robert mengakui, *die-cast* masih menjadi mainan paling dicari di ibu kota. *Action figure* yang sempat menjadi raja pada event Bandung *National Road Show Toys and Kids Expo* 2015 pertengahan Maret, lalu tidak mampu mengalahkan pesona *die-cast* di Jakarta.

Randi Aditya (2015) mengatakan bahwa Indonesia *Diecast Expo* 2015 yang diadakan di Jakarta tidak untuk dijual dan acara ini bukan untuk

para *diecaster* saja, tetapi juga untuk masyarakat. Randi Aditya (2015: par 8 dan 9) menjelaskan sebagai berikut:

Seluruh koleksi *diecast* yang dipamerkan di Indonesia *Diecast Expo 2015* merupakan koleksi pribadi para kolektor dan komunitas, dan yang paling penting tidak untuk dijual. Ajang ini dinyatakan oleh para kolektor dan komunitas *diecast* yang tersebar di seluruh penjuru tanah air, sebagai forum silaturahmi tatap muka tahunan.

Meski demikian, acara ini bukan semata milik para *diecaster*. Masyarakat yang ingin mengetahui lebih banyak tentang *diecast* dari jenis tertentu atau merek tertentu dapat menggali informasi seputar *diecast* dari kolektor dan komunitas yang menjadi peserta IDE 2015.

Adapun acara *toys fair* yang diadakan untuk menjadikan acara tersebut, sebagai acara donasi kepada sejumlah yayasan yang telah ditunjuk oleh panitia penyelenggara. Wahyu Hariantono (2015: par 3) menjelaskan sebagai berikut:

Khusus untuk kegiatan amal, peserta dan kolektor akan mendonasikan unit koleksinya untuk dilelang oleh penyelenggara, di mana seluruh hasil pelelangan akan disalurkan kepada sejumlah yayasan yang telah ditunjuk penyelenggara.

Selain itu, komunitas *diecast* ini banyak muncul, dikarenakan faktor media sosial yang berkembang. Kemal Julius (Tempo 2015: par 5, par 6) menjelaskan sebagai berikut:

Kemas Julius dari *Toy and Model Colector Indonesia* (Tomoci) menjelaskan saat ini hampir dari seluruh kota besar di Indonesia memiliki komunitas *diecast*, karena pengaruh media sosial. "Perkembangan komunitas *diecast* di Indonesia dimulai sejak ada media sosial *Friendster* hingga *Facebook*," kata Kemas Julius. "Perkembangan menjadi sangat cepat, karena adanya penyebaran foto *diecast* di media sosial yang membuat orang yang belum tahu menjadi suka."

Dengan *diecast* kita juga dapat membangun infrastruktur yang baik di dunia nyata atau di kehidupan sehari ini. Andika Aditya (2016) menjelaskan sebagai berikut:

Menurutnya membangun miniatur dengan kompleks bukanlah hal mudah namun juga bukan berarti sulit untuk dilakukan. Membangun miniatur atau diorama transportasi ini bisa dibilang membuat kita belajar bagaimana tentang membangun infrastruktur yang baik serta tata ruang yang berkelanjutan.

Alasan dipilihnya *diecast*, karena sebagai *hobby* tidak dibutuhkan dana besar untuk mengoleksi mainan tersebut. Selain itu, tersedia berbagai *merk* dan ukuran *diecast* yang dapat disesuaikan dengan kantong kita. Komunitas *diecast* juga mulai tersebar di berbagai kota dan terus bertambah. Peneliti menelaah komunitas *diecast* dengan latar belakang

keinginan mencintai dunia permainan, karena ada situasi bisnis yang bagus, informasi, rasa solidaritas yang tinggi, mampu menambah teman atau relasi, menumbuhkan rasa percaya dan peduli dengan sesama, maka dalam situasi ini, peneliti memfokuskan kohesivitas sebagai komitmen dan penyesuaian keinginan individu. Teori kohesivitas menyatakan bahwa derajat ketertarikan yang dirasakan oleh individu terhadap suatu kelompok yang berpengaruh (Baron & Byrne, 2005: 57).

Peneliti mengetahui tentang komunitas *diecast*, karena sudah bergabung sejak tahun 2014. Salah satunya adalah *Diecast Mojokerto Club* (DMC) yang didirikan satu tahun yang lalu di Kota Mojokerto. DMC juga memiliki akun *facebook* yang berguna untuk informasi dan kegiatan yang ada di dalam komunitas. DMC mengadakan pertemuan satu kali seminggu, yaitu pada hari Minggu sekitar pukul 08.00-13.00 WIB yang berlokasi di Halaman Gelora A.Yani Mojokerto. Anggota DMC yang biasa hadir sekitar 10-15 orang dan sering diadakan lomba, serta pertemuan para anggota untuk bertukar informasi. Banyak anak-anak maupun orang dewasa yang mengikuti lomba dan yang menang mendapatkan *reward* piala atau piagam. Biaya yang harus dibayar untuk lomba cukup terjangkau yaitu Rp. 3000,- per mobil atau *diecast*. Hal ini juga didukung oleh penelitian sejenis yang menggunakan komunitas sebagai obyek penelitian, berikut beberapa penelitian sejenis yang mendukung penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni dan Alfian (2015), menunjukkan terdapat hubungan antara kohesivitas dan sosial *loafing*, dalam pengerjaan tugas berkelompok pada mahasiswa di Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya. Hasil penelitian ini menjawab hipotesis

yang telah ditentukan sebelumnya. Selain itu, pada nilai korelasi terdapat tanda negatif yang mana hal ini menggambarkan bahwa hubungan antara kohesivitas dan sosial *loafing* berbanding terbalik. Artinya, apabila kohesivitas meningkat, maka sosial *loafing* akan mengalami penurunan. Sebaliknya, apabila kohesivitas menurun, maka sosial *loafing* akan mengalami peningkatan. Kekuatan korelasi antara kohesivitas dan sosial *loafing* termasuk dalam kategori kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa kohesivitas merupakan variabel yang sangat penting untuk meminimalisir atau menghilangkan sosial *loafing* dalam pengerjaan tugas berkelompok pada mahasiswa.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Vivia dan Nashori (2011) diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara kohesivitas kelompok dengan komitmen organisasi pada agen “X” Cabang Yogyakarta. Semakin tinggi kohesivitas kelompok, maka semakin tinggi pula komitmen organisasi. Sebaliknya, semakin rendah kohesivitas kelompok, maka semakin rendah pula komitmen organisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Suyantiningsih (2009) menunjukkan hasil bahwa tingginya level proses belajar peserta didik dalam *setting* dan konteks pendidikan jarak jauh terjadi sepanjang kepercayaan atau kohesivitas dan orientasi, terhadap *teamwork* menjadilah *ruh* atau *spirit* yang *eksis* dalam proses tersebut. Instruktur memfasilitasi peserta didik untuk memilih kelompok mereka sendiri dan juga memfasilitasi perkembangan lajunya tingkat kepercayaan atau *trust* dan tingginya *level* interaksi. Semakin terfasilitasinya perkembangan komunitas pembelajaran *online* melalui forum-forum diskusi, maka peserta didik akan merasa

semakin terfasilitasi dalam pemerolehan pengalaman, interaksi sosial dan *information sharing*.

Hasil wawancara dari informan D pada tanggal 26 Maret 2015, tujuan komunitas berguna untuk mencari informasi:

”Tujuan komunitas ini adalah agar semua anggota yang ada dapat memperoleh informasi mengenai diecast selain itu anggota yang berminat membeli barang yang dicari dapat membicarakannya kepada anggota dan siapa tahu anggota tersebut memilikinya.”

Hasil wawancara kepada informan I pada tanggal 26 Maret 2015, informan tertarik dengan *diecast*, karena harganya yang cukup terjangkau. Berikut kutipan wawancara dengan informan I:

“Saya tertarik dengan diecast karena harganya yang cukup murah buat menyalurkan hobi saya. Saya memilih barang yang murah karena saya belum memiliki uang yang banyak. Sebenarnya sih saya suka salah satu model diecast tapi harganya sangat mahal.”

Peneliti berhasil mendapatkan informasi dari anggota SDC bahwa sebenarnya mengoleksi mainan dapat dengan uang yang terbatas. Umumnya lebih memilih *diecast reguler* yang harganya tidak terlalu mahal, misalnya harga yang dimulai dari Rp 24.900,00. Namun, harga *diecast* pun ada yang bernilai jutaan rupiah. Model yang ditawarkan juga sangat beragam mulai

dari model mobil *sport*, mobil *classic*, mobil besar seperti truk atau alat berat, hingga model mobil animasi seperti tokoh *Disney*. Selanjutnya, komunitas *diecast* yang sangat rajin mengelola hobinya akan melakukan kontak secara intens melalui media sosial. Maka, peneliti tertarik menelaah komunitas ini dengan fokus pada kohesivitas *diecast*, oleh karena kohesivitas membuat semua kekuatan atau faktor-faktor yang menyebabkan anggota kelompok bertahan dalam kelompok (Baron & Byrne, 2005: 179).

Kohesivitas juga dipengaruhi oleh status dalam kelompok, usaha yang dibutuhkan untuk masuk ke dalam kelompok, keberadaan ancaman eksternal atau kompetisi yang kuat dan ukuran, yaitu kelompok kecil cenderung untuk lebih kohesif daripada yang besar (Baron & Byrne, 2005: 180). Komunitas yang ada di Mojokerto lebih *welcome* atau terbuka dengan anggota baru yang ingin bergabung, sehingga anggota baru yang baru bergabung merasa lebih nyaman dan pembicaraan yang terjadi lebih berjalan dengan baik. Peneliti akan memfokuskan kajian kohesivitas dengan telaahan pada situasi psikologi yang terjadi pada indikator-indikatornya, sehingga penelitian ini akan memberikan sebuah gambaran yang utuh tentang apa saja yang melatarbelakangi kohevisitas *diecast*.

Alasan dipilihnya kohesivitas berdasar pada data di lapangan yang menyatakan bahwa anggota yang datang selalu *update* setiap ada barang atau jenis mobil yang baru dan anggota lainnya, biasanya melihat barang tersebut, yang akhirnya tertarik untuk memilikinya, sehingga anggota tersebut, memutuskan untuk membeli *diecast* tersebut. Sebagai contoh, anggota yang selalu *update* tentang *hotwheels* membeli mobil berbentuk *batman* lalu kemudian anggota tersebut membawa ke komunitas DMC yang kemudian mobil tersebut disukai oleh salah satu anggota dan anggota

tersebut ingin memilikinya. Komunitas DMC juga sering mengikuti *event-event* yang diadakan oleh pihak-pihak tertentu dan komunitas tersebut, biasanya mengetahui informasi dari anggota lain, sehingga anggota yang terdapat dalam komunitas DMC berpartisipasi untuk mengikutinya. Kohesivitas yang ingin dikaji oleh peneliti, adalah mampu menambah teman atau relasi, menumbuhkan rasa percaya dan peduli terhadap sesama.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini memfokuskan tentang kohesivitas untuk bergabung di dalam komunitas pecinta *diecast*, oleh karena anggota yang ada di dalam komunitas *diecast* mempunyai kesesuaian, kekonsistenan, kelekatan, serta ketaatan dalam anggota komunitas tersebut.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui kohesivitas komunitas *diecast* di Kota Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh jika tujuan ini tercapai dan diharapkan bisa memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritik

Penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang psikologi sosial, khususnya kajian kohesivitas.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Informan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan tentang gambaran kohesivitas pada anggota komunitas, sehingga anggota-anggota di dalam komunitas tersebut, tetap mampu

menjaga relasi yang sudah terbangun dan tidak melakukan aktivitas yang merugikan anggota yang lain.

b. Bagi Komunitas.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan gambaran tentang perilaku kohesi yang dilakukan oleh anggota komunitas *diecast*. Diharapkan gambaran ini, dapat memberikan ide tentang kegiatan atau *event* apa yang harus dibuat agar anggota komunitas tersebut, menjadi lebih *solid*.

c. Bagi Peneliti.

Hasil penelitian ini juga dapat memberikan gambaran bagi peneliti dalam memahami perilaku kohesivitas sebuah komunitas, sehingga peneliti dapat lebih menyesuaikan diri dengan komunitas tersebut.