

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Manusia sebagai makhluk individu manusia mempunyai aspek yang selalu beriringan yaitu jasmani dan rohani, sedangkan sebagai makhluk sosial manusia adalah makhluk hidup bermasyarakat dengan berhubungan secara timbal-balik dengan individu lain serta menghormati norma-norma masyarakat atau hukum yang perlu untuk dipatuhi.

Hal itu juga yang membentuk manusia tidak terlepas dari orang lain, dan saling membutuhkan agar dapat hidup sebagaimana mestinya. Sebagai makhluk sosial, manusia tentunya melakukan kegiatan antar individu atau kelompok yang lain dengan cara berkomunikasi. Setiap individu cenderung akan berinteraksi secara intens dengan individu lain yang memiliki ketertarikan yang sama dengan mereka. Salah satu faktor yang membentuk ketertarikan itu adalah tren.

Tren merupakan sebuah kecenderungan yang terjadi pada kalangan tertentu. Perubahan-perubahan yang terjadi karena kecenderungan ini dapat menunjukkan kenaikan maupun penurunan. Hal ini dipengaruhi dari perubahan yang terjadi selama kurun waktu tertentu. Sebuah tren dapat dikatakan positif apabila perubahan yang terjadi cenderung mengalami

kenaikan. Sebaliknya, apabila kecenderungan yang terjadi mengalami penurunan, maka disebut tren yang negatif, Maryati (2010: 129).

Salah satunya ada tren *sneakers* yang membentuk kecenderungan ketertarikan baru dari individu untuk menggunakan sebuah *sneakers*. Sepatu *sneakers* merupakan sepatu yang dirancang khusus berbahan utama karet di bagian solnya guna membuat nyaman para penggunanya untuk kegiatan olahraga atau bentuk latihan fisik lain. Saat ini, *sneakers* tidak hanya digunakan untuk menunjang bentuk latihan fisik saja. Seiring berjalannya zaman *sneakers* tidak hanya sebatas sepatu biasa, namun *sneakers* menjadikan cara berpakaian atau *fashion* yang diminati banyak orang dan dapat digunakan sehari-hari (Sumber : <https://www.pikiran-rakyat.com/belia/pr-01325599/sneaker-pionir-sepatu-yang-tak-lekang-oleh-zaman> diakses 5 September 2020 pukul 16:23 WIB).

Gaya hidup atau cara berpakaian pengguna *sneakers* menciptakan daya tarik tersendiri, karena mencerminkan sebuah status sosial tertentu. Jadi, tidak heran bahwa banyaknya orang yang memiliki ketertarikan dalam dunia *sneaker* merasa hal tersebut sangat penting bagi kehidupannya. Saat ini, dunia *sneakers* menjadi pembahasan yang menarik dan cukup hangat di kalangan masyarakat terlebih khusus kaum milenial yang akhirnya membentuk minat pasar yang semakin luas (Sumber : <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-3415426/pencinta-sneakers-wajib-tahu-dari-mana-sebutan-sneakers-berasal> diakses pada tanggal 30 Agustus pukul 19:58 WIB).

Semakin banyak minat pasar yang luas menjadi faktor pembentuk untuk kumpulan orang-orang dengan ketertarikan dalam dunia *sneakers*. Orang-orang dengan ketertarikan yang sama dan dengan tujuan yang sama maka cenderung akan membentuk sebuah kelompok. Kelompok dengan sebuah tujuan yang sama biasanya cenderung akan menjadi erat, tidak jarang kelompok tersebut akan membentuk sebuah komunitas. Kata komunitas itu sendiri memiliki berbagai macam makna beragam yang menggambarkan suatu kelompok masyarakat yang memiliki tujuan yang sama. Selain itu komunitas juga dapat dimakani sebagai kelompok sosial di suatu masyarakat yang terdiri dari beberapa individu serta melakukan interaksi atas dasar ketertarikan dan kebiasaan yang sama.

Salah satu komunitas yang memiliki banyak peminat adalah komunitas *sneakers*. Salah satu faktor yang mendasari terbentuknya komunitas *sneakers* adalah banyaknya *sneakerhead* di Indonesia. Salah satu kota di Indonesia yang memiliki sejarah dalam dunia *sneakers* yang cukup dikenal oleh masyarakat adalah kota Yogyakarta. Kota ini merupakan kota yang memiliki beragam keunikan yang tidak dimiliki oleh kota lainnya, salah satunya dalam dunia *sneakers*. Yogyakarta menjadi salah satu saksi bisu di mana beberapa *sneakerhead* di dalam kota ini membentuk sebuah kelompok yang memiliki ketertarikan yang sama dalam dunia *sneakers*.

Pada awalnya, para *sneakerhead* yang ada memanfaatkan sebuah *platform* sosial media bernama *Kaskus*, mereka melakukan diskusi dan bertukar pikiran melalui sosial media ini. Tidak hanya bertukar pikiran,

kegiatan yang dilakukan oleh para *sneakerhead* di *Kaskus* yang dinamakan *Sneakers Addict*. Di dalam forum diskusi *Kaskus* ini, mayoritas anggota terbanyak pun berada di kota Yogyakarta. Beberapa anggota forum di *Kaskus* yang berdomisili di Yogyakarta ini saling merasa untuk perlu bertemu dan bertatap muka secara langsung, agar dapat berkomunikasi dengan lebih baik dan lebih dekat antar anggotanya.

Hingga pada akhirnya, beberapa orang tersebut dapat bertemu dan melakukan komunikasi secara langsung. Dalam komunikasi itu pun mereka berdiskusi yang dapat menghasilkan sebuah kesepakatan untuk membentuk kelompok yang diberi nama “Jogja Sneaker Head”. Jogja Sneaker Head akhirnya resmi terbentuk pada tahun 2007 silam.

Namun seiring berjalannya waktu, beberapa anggota yang tergabung di dalam komunitas tersebut memiliki kegiatan dan kesibukan serta tanggung jawab masing-masing. Kesibukan masing-masing individu ini tentunya berdampak pada keaktifan anggota komunitas, sehingga terbentuklah sebuah kelompok komunitas yang cenderung pasif. Namun terlepas dari beberapa anggota yang pasif, tetap masih ada beberapa anggota lain yang terus menggeluti kegemaran mereka di dalam dunia *sneakers* dan masih selalu tetap aktif di dalam komunitas.

Komunitas *sneakers* terbesar dan terluas di Indonesia itu sendiri adalah Indonesia Sneaker Team (IST). Komunitas yang berpusat di Jakarta ini berdiri sejak tahun 2011. IST memberikan dua persyaratan bagi setiap orang yang ingin bergabung, yaitu memakai *sneakers original* dan memiliki

kemampuan bersosialisasi yang baik. Anggota di dalam IST juga memiliki kesamaan yang di mana *sneakers* itu adalah bukan hanya sebatas mempunyai, membeli dan mengoleksi namun merasa *sneakers* adalah *passion* dalam hidupnya. Hal itu lah yang membedakan IST dengan komunitas lain serupa. IST yang berpusat di Jakarta ini merasa kesulitan dalam proses pendataan anggota maupun proses berkomunikasi antar anggota. Hal ini disebabkan karena anggota yang bergabung di dalam IST tidak hanya berasal dari Jakarta, melainkan juga dari beberapa kota yang ada di Indonesia (Sumber: <https://www.fimela.com/fimelahood/read/3867646/indonesia-sneaker-team-koleksi-alas-kaki-dengan-passion> diakses pada tanggal 30 Agustus 2020 pukul 20:10 WIB).

Untuk mempermudah proses pendataan dan proses komunikasi antar anggota, IST pusat akhirnya memiliki cara tersendiri, yaitu dengan pembentukan IST regional. IST regional ini terbentuk pada tahun 2014, tiga tahun setelah IST berdiri. Pada tahun 2014, IST regional terbentuk secara serentak di semua daerah yang memiliki anggota yang tergabung di dalam IST pusat. Dari beberapa kota tersebut, Yogyakarta yang mendapatkan keistimewaan karena mendapatkan penawaran secara langsung dari IST pusat. Tawaran ini diberikan IST pusat untuk membuka *chapter* baru, dengan harapan agar kota ini dapat mengumpulkan lebih banyak anggota baru dan lebih mempermudah cara berkomunikasi serta pendataannya

(Sumber : <https://indosneakerteam.com/about/> diakses pada tanggal 30 Agustus pukul 20:33 WIB).

Adapun kota yang mendapatkan tawaran istimewa tersebut salah satunya adalah kota Yogyakarta. Hingga akhirnya terbentuklah Indonesia Sneaker Team Regional Yogyakarta (IST YK), sekaligus dengan pengurusnya pada tahun 2014. Kota Yogyakarta sendiri sudah dapat memberikan bukti nyata bahwa benar adanya minat dalam dunia *sneakers* cukup banyak di Yogyakarta. Salah satu bukti nyatanya adalah keberadaan beberapa *event* besar yang diselenggarakan dengan mengangkat tema *sneakers* sejak tahun 2015 hingga saat ini. Tidak hanya *event* saja namun banyak kegiatan yang dilakukan oleh setiap komunitas terlebih khusus di Yogyakarta (Hasil wawancara PIC IST YK tanggal 6 September 2020).

Gambar 1.1
Event Sneaker 2015 di Yogyakarta



Sumber : <https://pamityang2an.com/jogja-sneaker-market/> diakses pada tanggal 7 Agustus 2020 pukul 20:16 WIB

Gambar 1.2
Event Sneaker 2020 di Yogyakarta



Sumber : : <https://eventyogyakarta.id/?event=jogja-sneaker-market-5-0>
diakses pada tanggal 13 Agustus 2020 pukul 20:54 WIB

Tidak hanya Indonesia Sneaker Team Regional Yogyakarta (IST YK), namun Yogyakarta juga memiliki beberapa komunitas *sneakers* lain. Tentu saja komunitas ini memiliki perbedaan satu dengan yang lainnya. Ada banyak perbedaan antar komunitas *sneakers* tersebut. Namun pada dasarnya pembeda komunitas *sneakers* satu dengan komunitas *sneakers* lainnya, terletak pada minat anggota terhadap *brand sneakers*. Ada pun komunitas *sneakers* yang terletak di Yogyakarta, antara lain Indonesia Sneaker Team Regional Yogyakarta (IST YK), Off The Wall Yogyakarta (OTW YK), Converse Head Yogyakarta (Chi YK), Trefoil Indonesia Yogyakarta (3foil YK), dan Griffons Army Yogyakarta. Komunitas yang berada di Yogyakarta ini tentunya memiliki budaya atau memiliki cara berkomunikasi dalam komunitasnya masing-masing, sehingga setiap komunitas memiliki

caranya tersendiri untuk saling mengikatkan antar anggota komunitas itu sendiri.

Namun pada saat ini permasalahan pandemi akibat *covid* belum dapat diselesaikan secara keseluruhan, dari luar negara dan termasuk Indonesia sendiri. Tidak dapat dipungkiri bahwa dampak buruk yang terjadi akibat pandemi ini sangat dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat dari berbagai kalangan. Termasuk juga untuk sebuah komunitas, yang di mana hal ini sangat berdampak pada internal atau eksternal dari komunitas itu sendiri. Kegiatan mereka juga tentunya tidak dapat dilakukan sebagaimana biasanya. Namun ketika komunitas yang menjadikan kohesivitas sebagai kekuatan dalam komunitasnya itu sendiri, ketika hal tersebut dapat diterapkan maka komunitas tidak akan terpecah walaupun mendapatkan berbagai permasalahan yang mereka hadapi dan hal tersebut menjadikan sebuah salah satu bentuk kohesivitas yang sudah terlihat dengan jelas. Berikut data kegiatan yang sudah penulis dapatkan secara langsung saat masa pandemi *covid* pada setiap komunitas-komunitas *sneakers* di Yogyakarta.

Table 1.1
Data Komunitas *Sneakers* di Yogyakarta di masa pandemi *Covid*

No	Nama Komunitas	Tahun Berdiri	Jumlah Anggota			Jumlah Pertemuan Rutin	Jumlah <i>Event</i> yang Diikuti	Media yang Digunakan
			2018	2019	2020			
1	IST YK	2014	18	27	27	12x/Bulan - Pertemuan via <i>Zoom</i> - Olahraga seminggu sekali - Bertemu tatap muka sesuai protokol kesehatan	12x/Tahun	Tatap muka, <i>Zoom</i> , Telepon, <i>WhatsApp</i> , <i>Instagram</i> , dan <i>Facebook</i>
2	OTW YK	2014	35	20	17	4x/Bulan - Bertemu tatap muka sesuai protokol kesehatan	11x/Tahun	Tatap muka, Telepon, <i>WhatsApp</i> , <i>Line</i> , <i>Instagram</i> , <i>Facebook</i> , dan <i>Twitter</i> .
3	CHI YK	2015	32	18	15	4x/Bulan - Bertemu tatap muka sesuai protokol kesehatan	10x/Tahun	Tatap muka, <i>WhatsApp</i> , <i>Instagram</i> , <i>Youtube</i> , dan <i>Facebook</i> .

Sumber : Hasil wawancara PIC komunitas *sneaker* di Yogyakarta pada tanggal 19 September 2020 pukul 15:24 WIB

Komunitas IST YK diwajibkan memiliki *sneakers* yang original dan tidak diperbolehkan menggunakan *sneakers* yang tidak original. Tentunya tanpa membeda-bedakan *brand sneakers* yang mereka pakai. Serta menjadikan komunitas ini menjadi penyatu dari komunitas *sneakers* lain di Yogyakarta. Setiap anggota komunitas IST YK saling sadar akan rasa kepemilikan komunitas, maka dari itu komunitas menjadikan kegiatan yang rutin untuk dilakukan secara bersamaan atas dasar keputusan bersama pula. Proses menjadikan terbiasa bukan terbentuk serta merta hanya keinginan satu atau dua orang dalam anggota saja, namun seluruh anggota merasakan hal tersebut penting, sehingga menjadikan terbiasa.

Banyak kegiatan yang rutin untuk selalu dilakukan bersama atau hanya sebatas mengisi waktu luang. Kegiatan-kegiatan yang terlaksana itu semua didasari karena mereka sama-sama membutuhkan dan menginginkan tanpa adanya paksaan sama sekali. Hal yang akan membedakan IST YK dengan komunitas serupa lainnya di Yogyakarta selain *multi brand* salah satunya adalah kegiatan berupa *event* rutin yang bernama “*Collective Sale*”. Kegiatan ini merupakan wadah menjual barang-barang koleksi pribadi dari anggota komunitas yang terbuka secara umum. Pada dasarnya kegiatan ini terbentuk karena merasa butuh menjual barang pribadi yang dimiliki masing-masing untuk mendapatkan penghasilan (Hasil wawancara PIC IST YK tanggal 6 September 2020).

Terlepas dari itu di masa pandemi seperti saat ini akibat *covid* tentunya sangat berdampak dari keseluruhan lini, termasuk juga hubungan

antar anggota di dalam komunitas IST YK. Banyak kegiatan yang seharusnya dapat dilakukan seperti biasa namun dikarenakan adanya wabah *covid* menjadikan kegiatan tersebut menjadi ditunda. Salah satunya seperti adanya event *collective sale* yang dibuat, bertambahnya anggota baru, dan kegiatan sehari-hari yang dimana mereka terbiasa untuk hampir setiap hari bertemu namun saat ini dikurangi untuk pertemuannya menjadi tiga kali dalam seminggu. Berdasarkan data di atas mereka tetap masih mempertahankan kohesivitas di masa pandemi dengan bukti bahwa mereka tetap masih menjalin silaturahmi secara online melalui group yang mereka miliki, mereka masih menyempatkan untuk hadir dalam pertemuan secara online melalui platform yang dapat diakses oleh seluruh anggota komunitas, mereka masih menjalankan olahraga secara bersama setiap satu minggu sekali, dan mereka masih dapat bertemu tatap muka secara langsung dengan mengutamakan protokol kesehatan, bahkan mereka mampu mengumpulkan dana pribadi untuk kegiatan sosial (Hasil wawancara PIC IST YK tanggal 6 September 2020).

Gambar 1.3
IST YK membagikan sembako di jalan kepada masyarakat Yogyakarta



Sumber : <https://www.instagram.com/p/B-9avs5Aa14/?igshid=paej8qcx4bj3> diakses pada tanggal 25 September pukul 09:28 WIB

Rasa solidaritas yang tinggi, rasa peduli dan setiap anggota yang dapat memecahkan masalah satu dengan yang lainnya membuat IST YK hingga saat ini masih dapat aktif. Dari itu semua tentunya akan membentuk hal yang lebih dari sekedar komunitas belaka, namun sudah dapat membentuk kohesivitas yang dapat dirasakan antar anggotanya. Pada masa pandemi saat ini, yang menjadikan sorotan di Yogyakarta mengadakan *event sneakers* yang sekaligus membangkitkan ekonomi kreatif. Kegiatan ini juga diikuti oleh komunitas IST YK sebagai pembicara. Kegiatan ini juga sangat memprioritaskan protokol kesehatan dan melibatkan banyak pihak.

Gambar 1.4
Event Sneaker pada masa pandemi 2020 di Yogyakarta



Sumber :

<https://www.instagram.com/p/CFO6uyTAoQt/?igshid=18vgx7dc076sc>
diakses pada tanggal 25 September pukul 10:17 WIB

Menurut Walgito (2007:47), kohesivitas berarti saling tertariknya anggota satu dengan anggota lainnya di dalam sebuah kelompok. Tingkat kohesi akan dapat memengaruhi hubungan atau interaksi anggota di dalam kelompok IST YK. Pada dasarnya, kohesivitas dapat juga berarti rasa ketertarikan setiap anggota untuk menjadi satu kesatuan di dalam sebuah kelompok atau komunitas itu sendiri. Ketika adanya rasa empati yang sangat tinggi antar anggota kelompok dan adanya rasa kebersamaan, sehingga dapat menghasilkan perasaan emosional yang positif.

Penelitian mengenai kohesivitas kelompok juga pernah dilakukan sebelumnya. Adapun tiga dari penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh M. Bintang Bimantara (2017) dengan judul *Kohesivitas kelompok mataram scooter club di Yogyakarta tahun 2016-2017*. Penelitian

ini menemukan hasil bahwa setiap anggota bebas melakukan interaksi di dalam pertemuan maupun rapat yang bertujuan untuk membangun Mataram Scooter Club dan dapat membangun kohesi kelompok. Komunikasi di dalam kelompok berdampak pada kohesi kelompok dan berdampak pada hubungan yang terjalin antar anggota sangat dekat.

Penelitian dari Tulus Muliawan (2013) yang berjudul *Komunikasi kelompok suporter bola dalam membentuk kohesivitas (Studi Kasus Pada The Jakmania UNJ)*. Penelitian ini menemukan hasil bahwa menunjukkan The Jakmania UNJ selalu menerapkan komunikasi yang baik dan intensif untuk meningkatkan kohesivitas kelompok. Kohesivitas kelompok mereka terlihat dari kekompakkan dan soliditas yang terjalin di antara para anggota kelompok. Penelitian ini juga mengungkap bahwa komunikasi punya peran besar dalam meningkatkan kohesivitas kelompok.

Menurut Christine Anastasya Siahaan (2019) melalui penelitian terdahulu mengenai kohesivitas kelompok yang berjudul *Kohesivitas kelompok pada paguyuban Pecinta Batik Indonesia Sekar Jagad*. Penelitian ini membentuk hasil bahwa adanya faktor penghambat serta indikator kohesivitas kelompok yang belum dapat tercapai dikarenakan generasi muda kurang berperan aktif dalam komunitas ini. Salah satu faktor penghambat adalah skala kelompok yang cukup besar sehingga sulit untuk menjangkau setiap anggota, perbedaan budaya serta usia yang membentuk kesenjangan dalam berkomunikasi.

Penelitian terdahulu di atas memiliki perbedaan dengan yang akan penulis diteliti kali ini. Mengacu pada semakin banyaknya masyarakat tertarik dalam dunia *sneakers* serta kemampuan IST YK mempertahankan komunitasnya, penulis melihat hal ini sebagai sesuatu yang menarik untuk menjadi penelitian. Berdasarkan hal tersebut dan data-data di atas, maka penulis di sini tertarik untuk melakukan penelitian perihal kohesivitas komunitas Indonesia Sneaker Team Regional Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi di masa pandemi *covid* tahun 2019-2020.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang penulis ambil dalam penelitian kali ini adalah “Bagaimana bentuk kohesivitas komunitas Indoensia Sneaker Team Regional Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi di masa pandemi *covid* tahun 2019-2020?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang penulis dilakukan adalah :

1. Untuk mendeskripsikan secara detail mengenai bentuk kohesivitas kelompok yang ada di dalam komunitas Indoensia Sneaker Team Regional Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi di masa pandemi *covid* tahun 2019-2020.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik itu secara teoritis maupun praktisi, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu untuk memberi kontribusi keilmuan dan menambah wawasan tentang konsep kohesivitas kelompok.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan pertimbangan bagi komunitas IST YK untuk dapat meningkatkan kohesivitas yang lebih baik dari sebelumnya.
- b. Menjadi salah satu project percontohan untuk komunitas lain agar mampu menerapkan kohesivitas kelompok.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi Kelompok

Menurut Lasswell, komunikasi adalah sebuah proses yang menjelaskan mengenai siapa (komunikator) yang mengatakan apa (pesan), menggunakan saluran apa (media), kepada siapa (komunikan), dan menimbulkan akibat atau efek apa (*effect*). “*Who says what in which channel to whom with what effect*”, Deddy Mulyana (2014:69). Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator (selaku individu yang memberikan pesan), kepada komunikan (selaku individu atau pihak yang menerima pesan),

menggunakan media tertentu dengan tujuan untuk mencapai tujuan dan mendapatkan umpan balik, Yasin (2015: 8).

Hariadi (dalam Puspita, 2016: 84), juga menjabarkan bahwa kelompok itu terdiri atas dua individu atau lebih, memiliki tujuan, terjalannya interaksi antar anggota yang tergabung, terdapat sebuah struktur atau pola peran masing-masing anggota, dan hubungan antar anggota satu dengan yang lainnya menjadi sebuah kesatuan. Di dalam proses komunikasi kelompok, tentu diharapkan akan adanya timbal balik antar anggota kelompok setelah terjadinya proses perpindahan pesan atau gagasan, Arifin (2015: 40).

Maka dari itu komunikasi kelompok adalah sebuah interaksi atau berkomunikasi yang terjadi di antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan untuk mendapatkan maksud tertentu, seperti memperoleh informasi baru, sebagai bentuk pemecahan sebuah masalah, maupun pemeliharaan diri setiap individu yang tergabung. Sehingga nantinya setiap anggota kelompok yang tergabung dapat memaksimalkan pertumbuhan karakteristik masing-masing dan juga anggota lain, Hariadi (dalam Puspita, 2016: 84).

Berdasarkan pengertian tersebut, maka ada empat elemen yang menjadi ciri khas sebuah komunikasi kelompok, keempat elemen yang dimaksud yakni sebagai berikut: interaksi, jumlah peserta, tujuan yang ingin dicapai, dan kemampuan anggota kelompok untuk

memaksimalkan pertumbuhan karakteristik diri maupun anggota lainnya, Hariadi (dalam Puspita, 2016: 84).

Komunikasi kelompok berarti penyamaan sebuah makna dan tujuan di dalam sebuah kelompok. Komunikasi kelompok juga terjadi untuk saling memengaruhi setiap anggota kelompok agar dapat mencapai tujuan bersama. Komunikasi kelompok adalah pesan yang disampaikan oleh satu audiens yang tergabung di dalam kelompok, kepada khalayak lain di dalam kelompok tersebut. Adapun khalayak lain yang menjadi komunikan di dalam kelompok tersebut berjumlah lebih dari satu orang.

Fungsi dilakukannya komunikasi di dalam kelompok adalah untuk menyamakan pemikiran dan juga menyamakan persepsi antar anggota di dalam kelompok. Setiap kelompok tentunya memiliki visi yang ingin dicapai. Salah satu cara untuk memudahkan tercapainya visi atau *long term goals* dari sebuah kelompok adalah untuk memastikan setiap anggota memiliki persepsi yang sama. Tentunya kesamaan persepsi agar anggota akan membuat setiap anggota saling mendukung satu dengan yang lainnya untuk mencapai visi kelompok. Sebaliknya, perbedaan persepsi yang ada di antara anggota kelompok akan menjadi faktor penghambat tercapainya visi kelompok.

2. Dinamika Kelompok

Johnson (2012: 4) mengemukakan bahwa dinamika kelompok adalah sebuah lingkup mengenai pengetahuan sosial yang lebih terfokus kepada pengetahuan mengenai makna hidup dengan berkelompok yang menunjukkan kemajuan. Menurut Soleh (2017: 13) dinamika kelompok di dalam sebuah kelompok dapat membantu proses pengembangan kelompok tersebut, dan juga dapat meningkatkan kerja sama yang terjalin antar anggota kelompok serta meningkatkan produktivitas dari kelompok tersebut.

Dinamika kelompok juga dapat diartikan sebuah kelompok yang selalu bersemangat untuk berkembang dan untuk mencapai tujuan kelompok. Dinamika kelompok juga dapat dimaknai sebagai sebuah proses dan upaya penciptaan sebuah situasi untuk mengajak anggota agar terlibat lebih aktif dalam kegiatan kelompok. Tujuan lainnya juga untuk membangun rasa memiliki dari setiap anggota, agar anggota kelompok dapat memahami bahwa mereka merupakan bagian dari kelompok tersebut.

Dinamika kelompok yaitu cara, kegiatan ataupun proses berkegiatan yang dilakukan oleh kelompok tersebut. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh setiap kelompok tentunya berbeda antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Kemampuan berkelompok secara dinamis dapat mempercepat proses perkembangan yang terjadi di dalam kelompok tersebut. Perkembangan yang terjadi dapat diiringi dengan

perubahan sikap, penambahan pengetahuan serta keterampilan di dalam diri setiap anggota kelompok.

Dinamika kelompok yaitu salah satu *management tools* untuk dapat menghasilkan kerja sama di dalam kelompok agar optimal. Kerja sama yang optimal tentu akan memberikan pengaruh kepada pengelolaan manajemen di dalam kelompok yang menjadi lebih efektif dan efisien, Arifin (2015: 19). Dinamika kelompok juga dapat dimaknai sebagai metode, proses dinamika kelompok dapat membuat individu yang tergabung di kelompok menjadi sadar bahwa setiap anggota kelompok memiliki kekurangan juga kelebihan masing-masing. Tentunya kesadaran ini dapat membuat setiap individu merasa memiliki tanggung jawab terhadap tujuan dari kelompok tersebut.

3. Kohesivitas Kelompok

Kohesivitas adalah sebuah hal yang penting bagi setiap kelompok, karena kohesivitas merupakan sebuah alat yang dapat menyatukan antar anggota kelompok, dengan tujuan agar terbentuknya sebuah kelompok yang efektif. Semangat yang tinggi dalam kohesivitas kelompok adalah kesatuan yang ada di dalam kelompok, di mana setiap anggota menikmati interaksi satu dengan yang lainnya, dan setiap anggota memiliki waktu-waktu tertentu untuk kelompok tersebut, serta adanya semangat yang tinggi untuk mencapai tujuan bersama, Forsyth

(2010: 199). Tidak hanya itu saja, namun ketertarikan antar anggota itu sangat penting.

Hartinah (2009: 72) menjelaskan bahwa ketertarikan pada kelompok ditentukan oleh kejelasan berhasilnya suatu pencapaian tujuan tertentu, karakteristik kelompok yang mempunyai hubungan dengan nilai-nilai individu, kerja sama antara anggota di dalam kelompok, dan memandang kelompoknya lebih penting dibanding kelompok lainnya. Anggota kelompok pun biasanya antusias terhadap apa yang dikerjakan dan rela mengorbankan kepentingan pribadi dari pada kepentingan kelompoknya sendiri. Masing-masing anggota bersedia dan mampu memikul tanggung jawab atas aktivitas guna memenuhi kewajibannya. Hal itu menunjukkan bahwa adanya kesatuan, ketertarikan, dan keeratan dari anggota kelompok yang merupakan definisi dari kohesivitas kelompok.

Menurut Robbins (dalam Irawan 2014:15-16) mendefinisikan bahwa kohesivitas kelompok mengacu kepada sejauh mana anggota kelompok saling tertarik satu sama lain dan merasa menjadi bagian dari anggota kelompok tersebut serta memiliki motivasi untuk tetap berada di dalam kelompok, hal tersebut menjadi faktor penting di dalam keberhasilan kelompok yang kohesif. Semakin para anggota saling tertarik dan makin sepakat anggota terhadap sasaran dan tujuan kelompok maka makin kohesif kelompoknya. Adapun ciri-ciri

kelompok yang kohesif menurut Faturochman (dalam Irawan 2014: 18)

antar lain, yaitu :

1. Setiap anggotanya komitmen tinggi dengan kelompoknya.
2. Interaksi di dalam kelompok didominasi kerja sama bukan persaingan.
3. Kelompok mempunyai tujuan yang berkaitan satu dengan yang lainnya dan sesuai dengan perkembangan waktu tujuan yang dirumuskan meningkat
4. Terjadi pertukaran antar anggota kelompok yang sifatnya mengikat
5. Ada ketertarikan antar anggota sehingga relasi yang terbentuk menguatkan jaringan relasi di dalam kelompok.

Dapat disimpulkan kelompok yang kohesif adalah kelompok yang menjadi satu kesatuan antar anggotanya. Kelompok yang kohesif ditandai dengan anggota kelompok yang tertarik antara satu anggota dengan anggota lainnya. Tanda lain sebuah kelompok merupakan kelompok yang kohesif, yakni terlihat dari setiap anggota kelompok menikmati proses interaksi yang terjalin. Kohesivitas juga dapat dimaknai sebagai sebuah kekuatan internal dari dalam sebuah kelompok. Kekuatan ini akan menjadi tameng kelompok untuk tetap berada di dalam kelompok dan menangkal gangguan-gangguan yang berasal dari luar kelompok. Kelompok yang sudah kohesif, cenderung

terdiri dari anggota-anggota yang memiliki motivasi kuat untuk saling bersatu.

Jadi setiap anggota kelompok sama-sama dapat memecahkan dan menyelesaikan masalah yang ada di dalam kelompok secara bersama-sama. Bentuk lain dari kohesivitas kelompok yang sudah terbentuk terlihat setiap anggota kelompok dapat merasakan perasaan yang sama satu dengan yang lainnya.

Merasa senang ketika ada anggota kelompok yang senang dan mereka akan merasa senang bersama-sama. Begitu pun sebaliknya, ketika ada anggota kelompok yang sedang mengalami musibah atau merasakan perasaan sedih, anggota lain di dalam kelompok akan merasakan perasaan yang sama pula. Jadi, akan terbentuk rasa kebersamaan antar anggota kelompok. Baik di dalam keadaan susah maupun senang, setiap anggota kelompok akan selalu bersama. Saling simpati dan empati terhadap satu dengan yang lainnya, sehingga akan menimbulkan rasa solidaritas di antar mereka.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kohesivitas

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kohesivitas kelompok.. Menurut Robbins (dalam Muniroh, 2013: 06) ada faktor yang mempengaruhi kohesivitas kelompok yaitu :

1. Lamanya waktu berada bersama dalam kelompok

Semakin seringnya interaksi yang terjadi, tentu saja dapat mempererat kedekatan antar anggota kelompok. Adanya kedekatan antar individu yang menjadi anggota kelompok merupakan karakteristik dari kohesivitas.

2. Penerimaan di masa awal

Sulitnya orang lain untuk dapat bergabung dalam kelompok mereka merupakan salah satu cara untuk menguji orang yang akan masuk guna mengetahui keseriusan atau pengertian budaya di dalam komunitas yang sudah kohesif.

3. Ukuran kelompok

Semakin kecil kelompok biasanya lebih mudah untuk terbentuknya kohesivitas di bandingkan kelompok besar, karena kelompok besar sangat sulit untuk menjalin interaksi yang konsisten

4. Ancaman eksternal

Kelompok yang kohesif tentu akan memiliki banyak ancaman dari eksternal kelompok, yang di mana hal tersebut bertujuan untuk menjatuhkan kelompok tersebut. Namun sebaliknya, jika kelompok yang selalu menerapkan kohesif dalam kelompoknya maka ancaman dari eksternal pun tidak berpengaruh apa pun dalam kelompok tersebut.

5. Produktivitas kelompok

Kelompok yang aktif dan memiliki kegiatan positif dengan didasari tujuan serta kebersediaan anggota secara bersama maka akan membentuk keeratan yang dapat selalu dijaga.

Robins sudah menjabarkan lima faktor yang memengaruhi kohesivitas kelompok, sedangkan ada lima faktor lainnya yang memengaruhi kohesivitas kelompok seperti diungkapkan oleh Mc Shane & Glinow (dalam Kurniawati, 2016: 16) yaitu :

1. Adanya kesamaan

Individu yang memiliki sifat yang sama akan lebih mudah kohesif dari kelompok yang tidak memiliki kesamaan. Latar belakang individu juga mempengaruhi keberlangsungan kelompok

2. Adanya interaksi

Lamanya individu di dalam kelompok dengan melakukan interaksi secara bersama maka semakin terasa eratnya dan nyaman antar anggota di dalam kelompok

3. Ketika ada masalah

Kelompok kohesif itu mampu menyelesaikan permasalahan dengan jalan keluar yang terbaik secara bersama-sama.

4. Keberhasilan kelompok

Tercapainya keberhasilan kelompok menjadi prioritas seluruh anggota dibandingkan urusan pribadi, serta kelompok

yang kohesif lebih kepada keberhasilan itu sendiri dibandingkan kegagalan

5. Tantangan

Suatu tantangan internal yang terjadi dalam kelompok itu bukan menjadi permasalahan bagi kelompok yang kohesif, melainkan sebuah bentuk kerja sama kelompok untuk menyelesaikan tantangan yang terjadi.

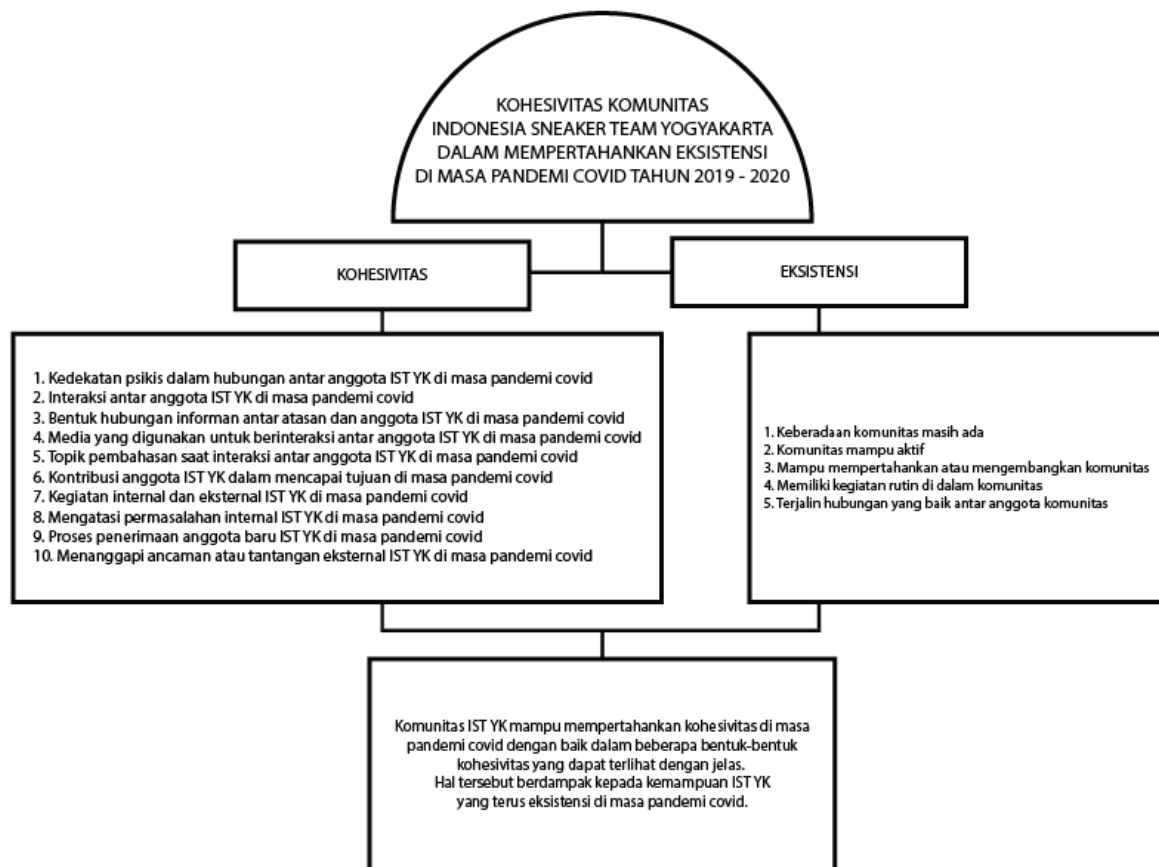
Sedangkan menurut Mc.Dougall dalam Sarwono (2005: 27) kohesivitas kelompok tumbuh jika memiliki faktor-faktor yang menimbulkannya, antara lain :

1. Kelangsungan keberadaan kelompok, berlangsung dalam waktu yang cukup lama dengan keanggotaan dan peran setiap anggota.
2. Adanya tradisi, memiliki kebiasaan atau adat di dalam kelompok tersebut.
3. Ada organisasi dalam kelompok, hal tersebut untuk memudahkan aktivitas dan pembagian tugas guna keberlangsungan di dalam kelompok tersebut.
4. Kesadaran diri kelompok, yaitu setiap anggota tahu siapa saja yang termasuk dalam kelompok, bagaimana caranya ia berfungsi dalam kelompok serta bagaimana struktur dalam kelompok, dan lain sebagainya.
5. Pengetahuan tentang kelompok, pengetahuan secara keseluruhan dan merinci di dalam kelompok tersebut.

6. Keterikatan (*attachment*), memiliki rasa ketertarikan yang tinggi pada kelompoknya.

Pada dasarnya semakin banyak faktor yang mempengaruhi di dalam kelompok, maka semakin kohesif kelompok tersebut. Kohesivitas merupakan kekuatan internal di dalam kelompok, hal tersebut sangat berperan dalam keberadaan kelompok. Membentuk kohesivitas juga bukan hal yang mudah, namun ketika ada suatu kelompok yang mampu membentuk bahkan mempertahankan kohesivitas kelompok, maka kelompok tersebut dapat dikatakan sebagai kelompok yang berhasil.

F. Kerangka Pikir Penelitian



G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian kali ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan suatu proses penelitian dan pemahaman berdasarkan pada metodologi yang menganalisis suatu fenomena sosial dan masalah yang dialami manusia. Pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 2010:15). Dengan menggunakan penelitian deskriptif, peneliti berupaya untuk mendeskripsikan suatu peristiwa atau kondisi yang dijadikan sebagai pusat perhatian tanpa memberikan perbedaan sedikit pun terhadap peristiwa yang terjadi (Noor, 2011: 35). Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan dan mencatat data dan fenomena apa yang terjadi secara langsung ataupun tidak langsung.

Dapat disimpulkan melalui penjelasan di atas, bahwa penulis akan melakukan penelitian yang merupakan studi untuk menggambarkan secara detail dari fenomena yang terjadi dalam sebuah komunitas yang ada. Penelitian ini, penulis bermaksud mendeskripsikan serta melihat bagaimana kohesivitas komunitas Indonesia Sneaker Team Regional Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi di masa pandemi *covid* tahun 2019-2020.

2. Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti oleh penulis kali ini adalah kohesivitas komunitas Indonesia Sneaker Team Regional Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi di masa pandemi *covid* tahun 2019-2020.

3. Teknik Pengumpulan Data

Guna mendapatkan data yang dibutuhkan, lengkap, akurat dan juga dapat dipertanggungjawabkan, maka penulis memilih untuk menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Observasi

Menurut Supriyati (2011: 46) observasi adalah cara yang digunakan guna mengumpulkan data yang dibutuhkan selama proses penelitian. Di mana penelitian ini memiliki sifat dasar yang berlangsung secara natural dan partisipannya bersikap wajar ketika proses interaksi.

Pada proses pengumpulan data melalui teknik observasi, penulis akan melakukan pengamatan dan mendengarkan terhadap objek penelitian, serta penulis juga akan mencatat hal-hal penting yang dapat mendukung pencarian data. Selain itu, penulis akan menggunakan metode ini untuk mengamati kondisi, situasi dan kegiatan rutin yang dilakukan IST YK di masa pandemi *covid* secara keseluruhan dan mendalam sesuai fakta.

b. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Menurut Mulyana (2010: 180-181) *in-depth interview* adalah termasuk dalam kategori wawancara tak terstruktur di mana susunan pertanyaan dapat diubah sesuai dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara. Metode ini utamanya digunakan untuk menggali data atau informasi yang berkaitan. Adapun proses *in-depth interview* yang akan penulis lakukan, penulis akan mempertanyakan langsung secara mendalam mengenai kohesivitas kelompok pada komunitas IST YK dengan melibatkan anggota aktif di dalam komunitas itu sendiri.

c. Dokumentasi

Menurut Junaedi (2015: 16), dokumentasi merupakan adanya beberapa catatan dokumen menjadikan dokumen dapat dikorelasikan antara percakapan dan juga tindakan sosial. Hal ini tentunya dapat membantu penulis agar membentuk kembali kejadian-kejadian yang sudah terjadi atau yang sudah lewat, karena penulis tidak dapat mengamati secara langsung pada saat proses kejadian tersebut berlangsung.

Metode dokumentasi yang juga digunakan oleh peneliti sebagai alat bantu pendukung guna melengkapi penelitian ini. Sehingga hasilnya sesuai dengan tujuan yang diharapkan di dalam proses penelitian dengan bukti dokumentasi berupa foto dan objek penelitian serta dokumentasi lain seperti internet.

4. Teknik Pengambilan Informan

Penelitian kualitatif memanfaatkan manusia sebagai alat atau *human instrument*, maka dari itu peneliti menggunakan teknik pengambilan informan dengan menggunakan cara purposif sampel (*purposive sample*). Menurut Sukmadinata dan Syaodih (2012: 101) *purposive sample* memberikan kesempatan yang sama kepada beberapa pihak yang memiliki kemungkinan untuk menjadi sampel sebuah populasi, di mana nantinya sampel ini akan lebih terfokus kepada informan yang terpilih guna menjawab studi kasus terkait secara mendalam.

Berdasarkan yang dijelaskan oleh Moleong (2005: 298) sample yang ada di dalam penelitian kualitatif tidak dinamakan responden, melainkan sebagai narasumber dalam penelitian. Informan yang akan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian kali ini meliputi pengurus komunitas dan juga anggota aktif di dalam komunitas Indonesia Sneaker Team Regional Yogyakarta. Ada pun memiliki 7 narasumber, antar lain PIC (*Personal In Charge*) yaitu bagian yang menjabat sebagai ketua IST YK, sekretaris yaitu bagian yang bertugas dari segala hal yang menopang PIC dari pengaturan jadwal pertemuan hingga kepengurusan anggota baru, bendahara yang mengurus segala keuangan kelompok agar tidak adanya sebuah kesalahan dalam masalah keuangan yang transparan, dan sisanya anggota aktif yang di mana anggota aktif IST YK itu merupakan anggota aktif mulai dari awal berdirinya hingga sekarang masih bertahan dan berperan dalam segala kegiatan pelaksanaan di dalam IST YK.

5. Teknik Analisis Data

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Bogdan dan Biklen (dalam Moleong, 2012: 248) analisis data adalah sebuah usaha untuk mengorganisasikan data, memilih hal-hal yang dapat dijadikan sebuah satuan data yang dapat dikelola dengan mudah, lalu mencari untuk selanjutnya menemukan pola. Hal-hal ini dapat membantu proses penentuan mengenai apa saja yang dapat diceritakan dan disebarluaskan kepada pihak lain. Analisis data melalui beberapa proses, yakni sebagai berikut :

a. Melakukan Pengamatan

Mengamati segala aktivitas yang dilakukan oleh komunitas Indonesia Sneaker Team Regional Yogyakarta. Pengamatan ini dilakukan dengan cara menyaksikan secara langsung maupun secara tidak langsung.

b. Pengumpulan Data

Di dalam tahapan ini, penulis melakukan interaksi langsung dengan narasumber. Penulis akan mengumpulkan hasil dari proses observasi, wawancara dan pengumpulan dokumen. Dari proses tersebut maka akan terkumpul data yang relevan dengan objek penelitian.

c. Reduksi Data

Proses reduksi data merupakan gabungan dari penyamaan segala bentuk data yang sudah diperoleh menjadi sebuah bentuk tulisan yang selanjutnya akan melalui proses analisis, Haris

Herdiansyah (2010: 165). Reduksi data nantinya akan diawali dengan menjelaskan data, lalu memilih hal penting, selanjutnya akan terfokus kepada hal-hal penting yang nantinya akan menentukan pola. Pola yang ditemukan ini nantinya akan membantu penulis untuk menentukan apa saja yang dapat disebar luaskan kepada publik.

d. Display Data

Di dalam tahapan display data ini, penulis akan menampilkan kohesivitas IST YK. Adapun data yang ditampilkan dapat disusun secara sederhana, yang mungkin saja akan terdiri dari kata-kata dan kalimat naratif. Tahapan display data ini penulis melakukan usaha guna menyusun pola dari keseluruhan data yang sudah ditemukan dan tertata. Fungsi dari tahapan display data ini yakni, untuk mempermudah proses penulis dalam memahami fenomena dalam IST YK yang terjadi sehingga akan memudahkan tahapan selanjutnya.

e. Penarik Kesimpulan

Di dalam tahapan akhir, maka data yang sudah didapat harus sudah dipastikan ulang kebenarannya, untuk selanjutnya dapat dilakukan penarikan kesimpulan. Kesimpulan yang dibuat harus berdasar kepada jawaban dan respon dari penelitian yang bertujuan untuk mengungkapkan apa dan siapa yang relevan dengan temuan penelitian yang dihubungkan dengan teori.

6. Teknik Keabsahan Data

Ada tiga cara yang dapat dilakukan dalam proses validitas atau proses keabsahan data yaitu menggunakan triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2010: 465). Dengan memanfaatkan teknik triangulasi data ini, maka peneliti akan melakukan perbandingan terhadap hasil wawancara dari informan atau narasumber dengan informan atau narasumber lain, untuk menguji kebenaran mengenai informasi terkait yang sudah diberikan.

Menurut Patton (dalam Lexy J. Meleong, 2012: 330) triangulasi sumber yaitu membandingkan dengan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Teknik triangulasi sumber, yang akan peneliti lakukan yaitu membandingkan hasil dari wawancara bersama informan atau narasumber yang berbeda sebagai pembanding untuk mengecek kebenaran informasi tersebut.