

SENSE OF COMMUNITY PADA KOMUNITAS YOURRAISA SURABAYA

Muh Fitrah Ramadhana Umar¹, Suryanto²

^{1,2}Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

Kampus B UNAIR – Jl. Airlangga 4-6, Surabaya, Indonesia

fitrah.umar2@gmail.com1

Abstract

Community is a group of individuals who have a relationship between one member and other members who have the same hobbies, interests, and interests. A community is expected to have an emotional connection that is commonly called the sense of community. This research aims to study the understanding of the community in the YourRaisa Surabaya community, with qualitative methods that combine intrinsic case studies, and purposive sampling techniques with the help of for example YourRaisa Surabaya members and become YourRaisa members Surabaya at least 5 years. The results of this study are that YourRaisa Surabaya community has one aspect of the four aspects of the sense of community that is sharing emotional relationship. The aspects that need to be improved are membership influence, integration and fulfillment of needs.

Keyword : *Sense of Community, YourRaisa, Community*

Abstrak

Komunitas merupakan sekumpulan individu yang memiliki hubungan antara satu anggota dengan anggota lain yang memiliki hobi, minat, dan kepentingan yang sama. Suatu komunitas diharapkan mempunyai ikatan hubungan emosional yang biasa disebut *sense of community*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *sense of community* pada komunitas YourRaisa Surabaya, dengan metode kualitatif yang berjenis studi kasus intrinsik, dan teknik sampling *purposive sampling* dengan kriteria yaitu anggota YourRaisa Surabaya dan menjadi anggota YourRaisa Surabaya minimal 5 tahun. Hasil dari penelitian ini adalah komunitas YourRaisa Surabaya sudah memiliki salah satu aspek dari empat aspek dari *sense of community* yaitu *shared emotional connection* (hubungan yang emosional). Aspek-aspek yang perlu ditingkatkan adalah *membership* (keanggotaan), *influence* (pengaruh), *integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan).

Kata Kunci : *Sense of Community, YourRaisa, Komunitas*

Pendahuluan

Asesmen merupakan suatu cara yang spesifik untuk mengidentifikasi masalah, kebutuhan, dan kekuatan yang terdapat di dalam suatu komunitas untuk membuat suatu keputusan, menetapkan prioritas, menetapkan sasaran dan mengeksplorasi cara untuk mengambil tindakan (Kolen & Hendrickson, 2013). Asesmen dapat diartikan sebagai serangkaian proses yang di dalamnya terdapat serangkaian aktivitas untuk memperoleh suatu gambaran yang lengkap mengenai kemampuan dan hambatan apa saja yang terdapat pada komunitas tertentu. Sebuah komunitas dibangun untuk sebuah tujuan tertentu. Dalam mencapai tujuan tersebut, perlu diadakannya pembangunan ke arah lebih baik. Dalam suatu komunitas terdapat kelemahan, kekuatan, kebutuhan, peluang dan lainnya. Melihat kekuatan, kelemahan, kebutuhan dan aset suatu komunitas adalah sebuah langkah pertama yang dibutuhkan dalam sebuah perencanaan proyek yang efektif. Seiring berjalannya waktu untuk mempelajari komunitas, anda dapat menemukan peluang yang sangat relevan

untuk proyek dan memaksimalkan kemampuan komunitas untuk membuat pengaruh yang kuat dan mempunyai arti.

Dewasa ini musik sudah menjadi bagian gaya hidup modern. Bukan saja di negara maju melainkan di negara berkembang seperti di Indonesia. Musik juga digunakan sebagai alat menyatukan individu dengan individu lain dan membentuk sebuah komunitas atau *fans club* dengan tujuan memiliki kesamaan dalam menyukai seorang *public figure* dan berusaha mendukung dan memberikan *support terhadap public figure* tersebut (Rengganis, 2016). Salah satu komunitas atau *fans club* artis di Indonesia adalah YourRaisa. YourRaisa merupakan *fans club* dari penggemar penyanyi Raisa Andriana. YourRaisa ini sudah tersebar di seluruh Indonesia bahkan sudah sampai keluar negeri. Tujuan dibentuknya YourRaisa ini adalah sebagai tempat para penggemar Raisa Andriana dan mereka selalu berusaha mendukung dan memberikan *support* terhadap Raisa Andriana apapun yang dilakukannya. Berdasarkan data hasil wawancara yang dilakukan kepada AP sebagai Admin

YourRaisa Surabaya, YourRaisa Surabaya awalnya berdiri pada tanggal 29 Juli 2012. Awalnya anggota dari YourRaisa Surabaya adalah sebanyak 10 orang anggota. Tujuan awal pembentukan YourRaisa Surabaya ini adalah kesukaan atas penyanyi Raisa Andriana dan ingin memberikan *support* dan dukungan terhadap Raisa. Anggota dari komunitas ini sekarang berjumlah 40 orang dan itu masih belum terhitung yang baru bergabung di komunitas tersebut. Menurut Ananda untuk bergabung di komunitas ini cukup mudah yaitu memiliki kesukaan terhadap Raisa dan mengikuti *gathering* sebanyak tiga kali. Kegiatan-kegiatan dari YourRaisa Surabaya adalah *gathering* sebulan sekali, nonton konser Raisa bersama, perayaan ulang tahun Raisa dan YourRaisa, dan pada bulan puasa tiap tahun selalu mengadakan buka puasa bersama, dan juga selalu menjalin komunikasi dengan teman-teman komunitas lainnya.

Dalam suatu komunitas tentunya tidak selalu berjalan dengan lancar. Masalah-masalah yang sering dihadapi oleh YourRaisa Surabaya menurut Ananda adalah belum adanya sekretariat yang menetap untuk YourRaisa. Masalah selanjutnya adalah kurangnya partisipasi dari anggota untuk hadir pada saat *gathering* bulanan. Namun ketika akan diadakan konser dari Raisa sangat banyak yang hadir. Masalah selanjutnya adalah ada beberapa anggota yang hanya datang sekali *gathering* dan setelah itu anggota tersebut tidak terlihat lagi. Dari masalah yang dipaparkan di atas penulis menyimpulkan bahwa permasalahan yang dialami oleh Komunitas YourRaisa adalah *sense of community* dari komunitas YourRaisa Surabaya.

Sarason (1976) mengemukakan *sense of community* adalah perasaan psikologis masyarakat sebagai rasa saling berbagi tanggung jawab dan tujuan menjadi bagian dari suatu kelompok, seseorang dapat bergantung dan berkontribusi. Anggota komunitas memiliki rasa saling memiliki satu sama lain dan merasa mempunyai satu kesukaan yang sama. Irodah (2015) mengemukakan dalam suatu komunitas, masing-masing anggota memiliki ikatan hubungan emosional yang disebut *sense of community*. Suatu ikatan emosional di antara mereka untuk saling berbagi, kebutuhan mereka dapat saling terpenuhi karena adanya ikatan ini. Westheimer dan Kahne (1993) mengemukakan *sense of community* adalah hasil interaksi individu dengan individu lain yang memiliki minat dan tujuan yang sama.

McMillan dan Chavis (1986), seseorang yang memperoleh *sense of community* ketika mereka merasakan empat elemen dalam sebuah komunitas, yaitu: (1) *Membership* (keanggotaan) adalah perasaan bahwa seseorang telah menginvestasikan

diri sendiri untuk menjadi anggota dalam sebuah komunitas. Keanggotaan dalam sebuah komunitas memiliki *boundaries* (batasan) dalam komunitas yang membedakan anggota komunitas dengan yang bukan anggota komunitas serta mengetahui siapa saja yang ada dalam komunitas tersebut, *emotional safety* (keamanan emosional) hal ini dapat diartikan sebagai bagian dari gagasan yang lebih luas dari keamanan, *a sense of belonging and identification*, melibatkan perasaan menjadi bagian dari komunitas serta dapat diterima oleh komunitas, *personal investment*, kontribusi diri dan komitmen yang diberikan untuk komunitas, dan *a common symbol system* (simbol umum) yang berfungsi menciptakan dan memelihara rasa keterkaitan dalam komunitas. Kelima atribut tersebut saling berperan dalam terbentuknya *membership* (keanggotaan) dalam sebuah komunitas; (2) *Influence* (pengaruh) adalah kekuatan yang dimiliki individu untuk mempengaruhi anggota lain dan kekuatan komunitas untuk mempengaruhi individu; (3) *Integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan). Ini adalah perasaan bahwa kebutuhan anggota akan dipenuhi oleh sumber daya yang diterima melalui keanggotaan mereka dalam kelompok; (4) *Shared emotional connection*, hubungan emosional bersama dalam suatu komunitas yang terbentuk dari interaksi positif, berbagi cerita dan pengalaman yang dilakukan bersama. Semakin banyak orang berinteraksi, semakin besar kemungkinan mereka membentuk hubungan yang erat, yang kemudian mengarah keikatan yang lebih kuat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *sense of community* pada Komunitas YourRaisa Surabaya. Pembaharuan dari penelitian ini adalah *sense of community* pada komunitas pengagum artis sangat jarang diteliti.

Metode Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah *sense of community*. *Sense of community* adalah perasaan psikologis masyarakat sebagai rasa saling berbagi tanggung jawab dan tujuan menjadi bagian dari suatu kelompok, seseorang dapat bergantung dan berkontribusi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria yaitu anggota YourRaisa Surabaya dan menjadi anggota YourRaisa Surabaya minimal 5 tahun.

Penyusunan *guide* wawancara menggunakan dimensi-dimensi *sense of community* yang dikemukakan oleh McMillan dan Chavis (1986)

yaitu *membership* (keanggotaan), *influence* (pengaruh), *Integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan), dan *Shared emotional connection* (hubungan emosional bersama dalam suatu komunitas).

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan mengacu empat aspek dari *sense of community* yaitu *membership* (keanggotaan), *influence* (pengaruh), *integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan), dan *shared emotional connection* (hubungan yang emosional) berikut hasil wawancara yang dilakukan.

Berdasarkan aspek *membership* (keanggotaan), komunitas YourRaisa Surabaya mengalami permasalahan pada kurang aktifnya anggota-anggota komunitas khususnya anggota baru. Banyak dari anggota baru kurang aktif hadir dalam pertemuan bulanan, namun ketika Raisa ingin menyelenggarakan konser sebagian besar anggota komunitas yang baru mereka berdatangan.

“Permasalahan lain yah gitu beberapa anggota kurang aktif dalam pertemuan-pertemuan bulanan yang kita lakuin. Biasanya sih pas Raisa mau konser baru banyak anggota yang dateng dan banyak yang pengen daftar ke YourRaisa. Setelah konser mereka menghilang ntah ke mana” (S:W2).

“Yah anggotanya gini-gini aja... mungkin mereka mau dateng pas konsernya raisa doang dan mereka pikir dengan gabung dengan kami mereka gampang ketemu Raisa gitu” (AP:W1).

Berdasarkan aspek *influence* (pengaruh), komunitas YourRaisa Surabaya sudah memiliki seseorang anggota yang menjadi *leader* (ketua), namun *leader* belum dapat menjalankan tugasnya untuk merangkul anggota-anggota baru yang masuk komunitas.

“Yah kekurangan dari YR ini yah menurutku tidak ada leader yang bener bener leader yang bisa buat anggota lain buat bertahan di YR, ngak dateng pas Raisa mau dateng aja” (S:W2)

Berdasarkan aspek *integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan), komunitas YourRaisa Surabaya memiliki dua permasalahan pada aspek ini. Permasalahan pertama adalah tidak adanya sekretariat Komunitas YourRaisa Surabaya, mereka ketika mengadakan rapat atau pertemuan bulanan diadakan di Taman Korea Surabaya atau tempat lain.

“Masalah utama yang kita alami yaitu kita belum memiliki basecamp untuk ngumpul-ngumpul. Jadi yah gini kita sering ngumpul-ngumpul di café, taman-taman, atau rumah salah satu member kita.” (AP:W1)

Permasalahan kedua adalah Komunitas YourRaisa Surabaya masih sulit untuk mengabdikan pemenuhan anggota komunitas khususnya anggota baru untuk bertemu langsung dengan Raisa, kecuali *event-event* tertentu.

“Banyak anggota baru yang anggep dengan masuk ke YR mereka mudah bertemu Raisa, itu salah... mereka sama saja masih sulit bertemu Raisa. Hal ini membuat anggota tersebut jarang mengikuti pertemuan. (S:W2)

Berdasarkan aspek *shared emotional connection* (hubungan yang emosional), komunitas YourRaisa Surabaya sudah memiliki hubungan emosional yang baik. Anggota komunitas ini membangun hubungan emosional dengan selalu bertemu di luar pertemuan bulanan seperti, nonton bioskop, makan-makan di *café* dan sebagainya. Hubungan emosional yang terbangun tidak terlalu terikat dikarenakan anggota komunitas ini tidak mengikat anggota satu dengan anggota lain.

“Untuk hubungan antar anggota sudah baik dengan selalu ngumpul-ngumpul meskipun bukan dalam bentuk *gathering*, baik itu *karokean*, makan-makan, nonton di bioskop dan banyak kegiatan lain”. (AP:W1)

Individu bergabung di komunitas penggemar artis seperti YourRaisa Surabaya adalah bentuk dari perilaku pengidolaan. Sikap rela melakukan apapun demi bertemu idolanya, mengoleksi *merchandise* idola, menonton konser, dan ikut bergabung dengan *fans club* adalah bentuk dari perilaku pengidolaan (Raviv, Bar-Tal, Raviv, & Ben-Horin, 1996), namun kenyataan di lapangan masih banyak anggota komunitas YourRaisa Surabaya bergabung dengan komunitas namun mereka kurang aktif dalam pertemuan bulanan yang dilakukan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara subjek S.

Sebuah komunitas sebaiknya dapat membangun kekompakan dan solidaritas melalui jaringan sosial. Badaruddin mengemukakan di dalam sebuah komunitas perlu dikembangkan jaringan sosial diantara para anggotanya guna mendorong kemampuan kolektif untuk mencapai kepentingan bersama, sehingga dapat terbangun kekompakan dan solidaritas dalam suatu komunitas (Karina, 2012). Namun, kenyataan yang terdapat di lapangan kurang terjadi kekompakan antara satu anggota dengan anggota lain. Hal ini dikarenakan mereka hanya membiarkan anggota-anggota lain yang kurang aktif dalam pertemuan-pertemuan bulanan.

Sense of community adalah perasaan psikologis masyarakat sebagai rasa saling berbagi tanggung jawab dan tujuan menjadi bagian dari suatu

kelompok, seseorang dapat bergantung dan berkontribusi. Anggota komunitas memiliki rasa saling memiliki satu sama lain dan merasa mempunyai satu kesukaan yang sama (Sarason, 1976). Seseorang yang memperoleh *sense of community* ketika mereka merasakan empat elemen dalam sebuah komunitas, yaitu: keanggotaan, *influence*, dan integrasi pemenuhan kebutuhan (McMillan & Chavis, 1986).

Berdasarkan hasil wawancara, komunitas YourRaisa Surabaya sudah memiliki aspek *shared emotional connection* (hubungan yang emosional). Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan bahwa mereka sering melakukan pertemuan-pertemuan di luar pertemuan bulanan. Dengan semakin seringnya mereka bertemu, maka hubungan emosional di antara mereka akan muncul. Hal ini sesuai dengan teori dari McMillan & Chavis (1986) yang menyebutkan bahwa Prinsip-prinsip penting untuk bisa mencapai *shared emotional connection* adalah : (1) bahwa semakin kerap individu berinteraksi maka mereka menjadi semakin dekat (*contact hypothesis*); (2) semakin positif pengalaman dan interaksi yang terjalin, maka keterikatan di antara anggota kelompok semakin kuat (*quality of interaction*); (3) jika interaksi yang terjalin antaranggota ambigu (tidak jelas) dan tugas-tugas kelompok tidak terselesaikan, maka kekekatan (kohesivitas) kelompok akan terhambat (*closure to events*); (4) kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama akan membentuk ikatan yang lebih kuat (*shared valent event hypothesis*); (5) investasi, yang dimaksud di sini adalah bahwa investasi menentukan riwayat dan status anggota komunitas. Misalnya anggota yang lebih banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk kelompoknya, juga akan lebih banyak terlibat secara emosional terhadap kelompok; (6) penghargaan maupun penghinaan yang ditujukan kepada kelompok secara signifikan akan mempengaruhi ketertarikan kelompok terhadap anggotanya (*effect of honor and humiliation on community members*), dan (7) *spiritual bond*, yakni adanya kesempatan untuk merasakan pengalaman keterikatan spiritual bersama-sama anggota komunitas lainnya.

Komunitas YourRaisa Surabaya masih kurang dalam aspek *membership* (keanggotaan), *influence* (pengaruh), *integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan). Komunitas YourRaisa Surabaya dalam meningkatkan aspek *membership* (keanggotaan), anggota komunitas harus memiliki *sense of belonging and identification*. McMillan & Chavis (1986), *sense of belonging and identification* berguna untuk membuat anggota merasa diterima di

dalam kelompoknya, dan akhirnya rela berkorban demi kelompoknya.

Komunitas YourRaisa Surabaya dalam meningkatkan *influence* (pengaruh), harus mengetahui arti pengaruh dalam sebuah kelompok. McMillan & Chavis (1986) mengemukakan bahwa *influence* (pengaruh) dibangun dalam dua sisi, yaitu anggota kelompok bisa menonjol dalam kelompoknya, maka anggota tersebut harus memiliki pengaruh besar ke kelompoknya dan di sisi lain mengarahkan kemampuan kelompok untuk mempengaruhi anggotanya.

Komunitas YourRaisa Surabaya dalam meningkatkan *integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan) harus dapat memenuhi kebutuhan kelompoknya yaitu pengadaan sekretariat dan mengusahakan anggota untuk bertemu Raisa sebagai *reinforcement*. McMillan & Chavis (1986) mengemukakan *integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan) sangat erat kaitannya dengan *reinforcement*. *Reinforcement* adalah penguatan atau penghargaan yang diberikan kelompok terhadap anggotanya sehingga terwujud kebersamaan yang positif antar anggota kelompok. Bentuk-bentuk *reinforcement* adalah status, keberhasilan kelompok, kompetensi anggota, dan nilai yang dibagi kepada sesama anggota kelompok.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah komunitas YourRaisa Surabaya sudah memiliki salah satu aspek dari empat aspek dari *sense of community* yaitu *shared emotional connection* (hubungan yang emosional). Aspek-aspek yang perlu ditingkatkan adalah *membership* (keanggotaan), *influence* (pengaruh), *integration and fulfillment of needs* (integrasi dan pemenuhan kebutuhan).

Daftar Pustaka

- Irodah, A. B. (2015). Sense Of Community Pada Komunitas Ex-Bank Duta Surabaya (Studi Deskriptif Mengenai Tingkat Sense of Community pada Komunitas Ex-Bank Duta Surabaya Berdasarkan Intensitas Penggunaan Internet). *Jurnal Universitas Airlangga Surabaya*.
- Karina, S. M. (2012). Pengaruh Keterbukaan Diri terhadap Penerimaan Sosial pada Anggota Komunitas Backpacker Indonesia Regional Surabaya dengan Kepercayaan terhadap Dunia Maya sebagai Intervening Variabel. *Jurnal Psikologi Kepribadian Dan Sosial*.

- Kolen, M. J., & Hendrickson, A. B. (2013). Apa Handbook of Testing And Assessment in Psychology. *Apa handbook of testing and assessment in psychology, Vol. 3: Testing and Assessment in School Psychology and Education*. <https://doi.org/10.1037/14049-000>
- McMillan, D.W., & Chavis, D.M. (1986). Sense of Community: A Definition and Theory. *American Journal of Community Psychology*, *14* (1), 6-23. [https://doi.org/10.1002/1520-6629\(198601\)14:1<6::AID-JCOP2290140103>3.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/1520-6629(198601)14:1<6::AID-JCOP2290140103>3.0.CO;2-I)
- Raviv, A., Bar-Tal, D., Raviv, A., & Ben-Horin, A. (1996). Adolescent Idolization of Pop Singers: Causes, Expressions, and Reliance. *Journal of Youth and Adolescence*. <https://doi.org/10.1007/BF01537358>
- Rengganis, D. (2016). Kontribusi Identitas Sosial terhadap Konformitas Pada Penggemar K-Pop. *Jurnal Ilmiah Psikologi*.
- Sarason, S. B. (1976). Community Psychology, Networks, and Mr. Everyman. *The American Psychologist*. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.31.5.317>
- Westheimer, J., & Kahne, J. (1993). Building School Communities: An Experience-Based Model. *Phi Delta Kappan*, *75*(4), 324-328.