

**ANALISIS KOMUNIKASI PADA *WHATSAPP GROUP* ENGINE JOGJA
DALAM MEMPERTAHANKAN KOHESIVITAS KELOMPOK**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

**Iin Hana Rohmahtika
NIM: 17107030127**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2021



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Iin Hana Rohmahtika

Nomor Induk : 17107030127

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 2021

Yang Menyatakan,



Iin Hana Rohmahtika

NIM. 17107030127

STATE ISLAMIC UNIVER
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Iin Hana Rohmahtika
NIM : 17107030127
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

ANALISIS KOMUNIKASI PADA WHATSAPP GROUP ENGINE JOGJA DALAM MEMPERTAHANKAN KOHESIVITAS KELOMPOK

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian, atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 27 Oktober 2021
Pembimbing

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si
NIP. 19790720 200912 2 001

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-924/Un.02/DSH/PP.00.9/12/2021

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS KOMUNIKASI PADA WHATSAPP GROUP ENGINE JOGJA DALAM
MEMPERTAHANKAN KOHESIVITAS KELOMPOK

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IIN HANA ROHMAHTIKA
Nomor Induk Mahasiswa : 17107030127
Telah diujikan pada : Kamis, 11 November 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 61b9890475578

Ketua Sidang

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si
SIGNED



Valid ID: 61b96a00c646c

Penguji I

Lukman Nusa, M.I.Kom.
SIGNED



Valid ID: 61b7eab36e168

Penguji II

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
SIGNED



Valid ID: 61bc4a250328

Yogyakarta, 11 November 2021

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si
SIGNED

MOTTO

“Let’s just run for our lives, Let’s do our best, Let’s just try”

Into the I-LAND



PERSEMBAHAN

Karya tulis ini penulis persembahkan kepada :

Umi tercinta yang telah memberikan dukungan dan do'a sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian sampai mendapat gelar sarjana,

Kakak-kakak dan adik-adik kandung penulis yang senantiasa mendoakan kelancaran penulis dalam melakukan penelitian,

Abi yang meskipun sudah memiliki keluarga baru, tetap mau mendukung dan mendoakan penulis selama masa penyusunan skripsi.

Sahabat-sahabat yang selalu menemani dan menerima penulis apa adanya :

Nur Indriyaeni, Tsaqif Al Adzin Immanullah, dan Vety Tutut Pratiwi,

Teman baik Aulia Nur Indrayani yang dengan senang hati mau membantu penulis dalam melakukan penelitian,

Teman-teman *fandom ENGINE Jogja* yang telah memberikan inspirasi penulis dalam melakukan penelitian,

Keluarga besar Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2017 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَ أَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ

اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلَى نَبِيِّنَا مُحَمَّدٍ

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Tak lupa juga sholawat serta salam Baginda Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun manusia menuju jalan yang lurus demi mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

Penulis menyadari bahwasanya penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga tidak lepas dari adanya kesalahan dan kekurangan. Dengan demikian, penulis mengharap saran dan kritikan yang membangun demi penulisan yang lebih baik. Penulisan skripsi ini juga tidak akan bisa terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, dukungan serta do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, izinkan saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., Msn selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah membantu memberikan bimbingan selama penyusunan skripsi penulis.
4. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., Msn dan Bapak Lukman Nusa, M.I.Kom selaku Dosen Penguji Skripsi yang senantiasa memberikan kritik, saran serta bimbingan dalam proses revisi skripsi penulis.
5. Ibu Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan bimbingan serta dukungan penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dan civitas akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Umi, kakak-kakakku dan adik-adik kandung penulis yang senantiasa memberikan motivasi dan do'a selama masa penyusunan skripsi ini.
8. Abi yang meskipun sudah beda rumah, terimakasih banyak sudah memberikan fasilitas kost dan memberikan *handphone* baru untuk menunjang kelancaran penyusunan skripsi ini.
9. Nur Indriyaeni, Tsaqif Al Adzin Immanullah, Vety Tutut Pratiwi, Aulia Nur Indrayani serta teman-teman Ilmu Komunikasi 2017 kelas D yang sudah banyak membantu dan menemani penulis sejauh ini.
10. Koo Jungmo CRAVITY yang membuat saya bertahan sampai detik ini dan menjadi alasan saya untuk bangkit dari berbagai kegagalan.

11. Teman-teman *fandom* ENGENE Jogja yang telah memberikan inspirasi penulis dalam melakukan penelitian, dan juga menjadi narasumber dalam penyusunan skripsi ini.

12. Yang Jungwon, Lee Heeseung, Park Jongseong (Jay), Sim Jaeyun (Jake), Park Sunghoon, Kim Sunoo, Nishimura Riki (Ni-Ki) ENHYPEN yang telah menjadi inspirasi dan penyemangat penulis dalam meraih impian.

Dengan mengucapkan Alhamdulillahirabbil'alamin, saya mengucapkan syukur karena telah menyelesaikan penelitian dan skripsi ini dengan lancar. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi saya dan pihak-pihak yang terkait.

Yogyakarta, 2021

Penyusun

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka	10
F. Landasan Teori	13
1. Komunikasi Kelompok	13
2. Teori Pemikiran Kelompok (<i>Group Think Theory</i>)	14
3. Kohesivitas Kelompok	15
G. Kerangka Pemikiran	18
H. Metodologi Penelitian	20
1. Metode Penelitian	20
2. Subjek dan Objek Penelitian	20
3. Jenis Data	21
4. Metode Pengumpulan Data	21
5. Metode Analisis Data	22
6. Triangulasi	24
I. Jadwal Penelitian	25
BAB II	26
GAMBARAN UMUM	26
A. <i>WhatsApp Group</i> ENGINE Jogja	26
B. Perkembangan Budaya K-Pop	33
1. Sejarah Budaya K-Pop	33

2. Pengaruh Musik K-Pop	38
3. Penggemar K-Pop dan <i>Fandom</i>	42
C. <i>WhatsApp Group</i>	46
BAB III	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Kekuatan Sosial	58
B. Kesatuan dalam Kelompok	63
C. Daya Tarik	66
D. Kerjasama Kelompok	68
BAB IV	77
PENUTUP	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
Lampiran I: Instrumen Pengumpulan Data	86
Lampiran II: Dokumentasi Wawancara <i>Online</i>	87
Lampiran III: Riwayat Hidup (<i>Curriculum Vitae</i>)	96
Lampiran IV: Lampiran Sertifikat IKLA	97
Lampiran V: Lampiran Sertifikat TOEC	98
Lampiran VI: Lampiran Sertifikat KKN	99
Lampiran VII: Lampiran Sertifikat Sospem	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Jadwal Penyusunan Penelitian	25
Tabel 2: Intensitas Komunikasi Anggota <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja periode 1 -31 Agustus 2021	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Data Negara dengan Jumlah Penggemar K-Pop Paling Banyak di Dunia.....	1
Gambar 2: Data <i>Boy Group Rookie</i> K-Pop yang Paling Banyak Disebut di Tahun 2020.....	2
Gambar 3: <i>Screenshot</i> Percakapan <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja.....	5
Gambar 4: <i>Screenshot</i> Profil <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja.....	6
Gambar 5: Dokumentasi <i>Event Heeseung & Jake Birthday Party</i> dan <i>Event ENHYPEN Debut</i> yang digabung dengan <i>Sunghoon & Ni-Ki Birthday Party</i> (Foto Bersama <i>Fandom</i> ENGENE Jogja).....	8
Gambar 6: Dokumentasi <i>Event CHAMBER 5: Heeseung and Jake's Birthday</i>	30
Gambar 7: Dokumentasi <i>Event ENHYPEN Debut Party and Sunghoon, Ni-Ki Birthday Party</i>	31
Gambar 8: Dokumentasi <i>Event ENHYPEN Comeback Party</i> (Ngabuburit with <i>ENGENE Jogja</i>).....	32
Gambar 9: Data Media Sosial Paling Populer di Indonesia di Periode 2020-2021.....	47
Gambar 10: <i>Screenshot Rules</i> (Peraturan) <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja yang Terdapat pada Kolom Deskripsi (<i>Description</i>)	50

Gambar 11: <i>Screenshot</i> Ketika Ada Anggota yang Melanggar <i>Rules</i>	54
Gambar 12: <i>Screenshot</i> Anggota Meninggalkan <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja	61
Gambar 13: <i>Screenshot</i> Admin Melakukan Pembersihan Grup	62
Gambar 14: <i>Screenshot</i> Antusias Anggota <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja Ketika ENHYPEN Mendapat Penghargaan di TTA	64
Gambar 15: <i>Screenshot</i> Ina Mengingatkan Anggota Lain agar Memberikan <i>Vote</i> ke ENHYPEN.....	66
Gambar 16: <i>Screenshot</i> Antusias Anggota ENGENE Jogja pada <i>Event</i> yang Telah Terselenggara	67
Gambar 17: <i>Screenshot</i> Salah satu Anggota Meminta Kerjasama Anggota Lain untuk Mem-follow Akun <i>Fanbase</i> Salah satu <i>Member</i> ENHYPEN ...	69
Gambar 18: <i>Screenshot</i> Salah satu Anggota Meminta Kerjasama Anggota Lain untuk Menyebarkan Info Tentang ENHYPEN ke Media Sosial Mereka.....	70
Gambar 19: <i>Screenshot</i> Admin Meminta Kerjasama kepada Anggota ENGENE Jogja untuk Memberikan Komentar pada Postingan Terbaru Akun Instagram ENGENE Jogja	70
Gambar 20: <i>Screenshot</i> Admin Mengingatkan Anggota ENGENE Jogja untuk <i>Streaming MV</i> ENHYPEN	71

ABSTRACT

Boy group be one of the main parts of K-Pop culture that gave rise to the existence of a group of fans or commonly referred to as the fandom. Boy group K-Pop ENHYPEN that has the name of a group of fans (fandom) ENGENE be the topic of conversation on social media. It also occurred in ENGENE in Yogyakarta city, which formed a WhatsApp Group ENGENE Jogja. The purposed of this studied was to analyze the communication group of fans (fandom) that occurred on the WhatsApp Group ENGENE Jogja in maintained the cohesiveness of the group. This researched used a descriptive qualitative method and the theory used was the Theory of the Thinking of the Groups (Group Think Theory).

Data collection techniques were used, namely participant observation, interviews online, and a screenshot as the primary data. Researcher also used the study of literature as secondary data or supporting the research. The results of the studied were based on the results of the analyzed of group communication on any of the dimensions of cohesiveness of the group that consisted of the power of social, the unity in the group, attractiveness and also cooperation group.

Keywords: Group Communication, Fandom, WhatsApp Group, Group Think, Group Cohesiveness.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Budaya pop atau budaya populer merupakan efek dari globalisasi dan berkaitan dengan masalah sehari-hari seperti superstar atau biasa dikenal sebagai *idol*, *fashion*, transportasi, gaya hidup, dan sebagainya yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan tertentu (Juwita, 2018). Budaya pop yang saat ini sangat populer dan banyak digemari masyarakat khususnya remaja ialah budaya *Korean Pop* atau disebut K-Pop. Budaya K-Pop awalnya hanya mengacu pada musik pop dari Korea Selatan, tetapi seiring berkembangnya zaman budaya K-Pop semakin meluas, bukan hanya musik tapi juga film, drama, *variety show*, bahasa dan kebudayaan Korea (Juwita, 2018). Indonesia pun tak lepas dari gempuran virus K-Pop ini. Indonesia meraih peringkat ke-3 ke dalam daftar negara dengan jumlah penggemar dan cuitan K-Pop terbanyak di Twitter (Febriastuti, 2020).

Gambar 1

Data Negara dengan Jumlah Penggemar K-Pop Paling Banyak di Dunia



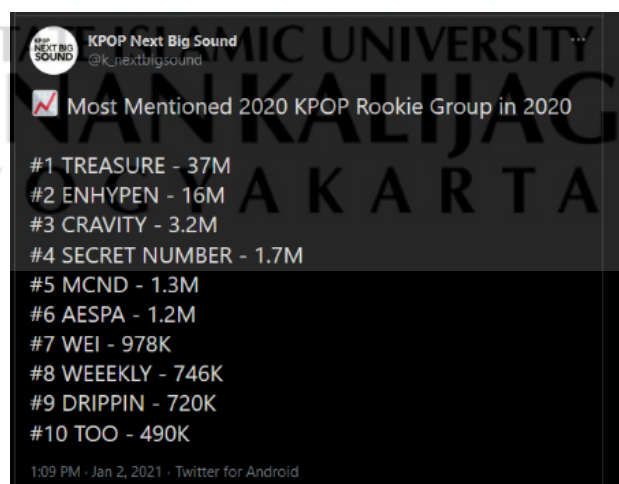
Sumber: www.minews.id. Diakses pada tanggal 14 Februari 2021 pukul 23.00 WIB.

Data statistik tersebut dirilis menjelang berakhirnya tahun 2020. Data ini telah berhasil dikumpulkan dari tanggal 1 Juli 2019 hingga 30 Juni 2020 lalu (Febriastuti, 2020). Mengacu dari data di atas, cuitan mengenai K-Pop yang paling banyak disebut di kalangan pengguna Twitter Indonesia yakni beberapa *boy group* yang terdiri dari BTS, EXO, TXT, NCT 127 dan Stray Kids.

Boy Group adalah sekumpulan penyanyi laki-laki yang bisa menari dengan koreografi yang apik, memiliki konsep tertentu disertai masa *training* (pelatihan) berjangka, berdiri di bawah suatu naungan agensi (perusahaan) *entertainment* sehingga dijadikan sebagai idola (Hartinah, 2018). Salah satu *boy group rookie* (pendatang baru) di dunia musik K-Pop yang sedang naik daun yakni ENHYPEN. Dibuktikan dengan menduduki peringkat kedua sebagai *boy group rookie* yang paling banyak disebut di Twitter.

Gambar 2

Data *Boy Group Rookie* K-Pop yang Paling Banyak Disebut Tahun 2020



Sumber: twitter.com/k_nextbigsound. Diakses pada tanggal 15 Januari 2021 Pukul 00.01

WIB.

ENHYPEN merupakan *boy group* *jebolan survival show* I-LAND yang selesai tayang pada 18 September 2020 lalu (J.K, 2020). *Boy group* pertama yang debut pada 30 November 2020 ini diproduksi oleh agensi *Belift Entertainment* yang ternyata masih satu naungan dengan *HYBE* (*벌리프랩* / *Belift Lab*, 2020) sehingga secara tidak langsung masih satu agensi dengan *boy group* terkenal dunia yang berhasil mencapai No. 1 di tangga Billboard yakni BTS (Billboard, 2021). Disamping dikenal sebagai adiknya BTS, ENHYPEN sudah dikenal banyak peminat K-Pop lewat *survival show* I-LAND. Secara ringkasnya, ENHYPEN merupakan *boy group* terdiri dari 7 *members* (anggota) yang memenangkan *voting* tertinggi dari penonton *survival show* I-LAND yang berhak menjadi *line up* debut. Ketujuh *member* tersebut bernama Lee Heeseung, Jay, Jake, Park Sunghoon, Kim Sunoo, Yang Jungwon dan Ni-Ki (J.K, 2020).

Dari ketujuh *member* yang dipercaya memiliki pesona dan daya tarik tersendiri itulah dinamakan ENHYPEN yang memiliki arti sebagai “Sama seperti tanda hubung menghubungkan kata yang berbeda untuk membuat makna baru, *member* ENHYPEN akan terhubung, menemukan satu sama lain, dan tumbuh bersama” (*벌리프랩* / *Belift Lab*, 2020). Mengusung konsep terhubung satu sama lain dan tumbuh bersama, membuat *idol* kondang ini tidak lewat dari yang namanya *fandom* (*fans kingdom*). Singkatnya, *fandom* adalah sekumpulan orang yang memiliki antusiasme yang besar terhadap suatu hal yang mereka gemari dan mereka juga target dari paparan media. Menjadi seorang *fans* tidak hanya menjadi penonton, melainkan juga menerjemahkan ke dalam aktivitas budaya dengan cara berbagi pendapat dan pandangan dengan

sesama, serta ikut ke dalam komunitas *fans* (*fandom*) yang memiliki ketertarikan yang sama (Ramadhani, 2019).

Disamping itu, sebutan dari nama *fandom* ENHYPEN ialah *ENGINE*. *ENGINE* resmi ditetapkan sebagai nama *fandom* ENHYPEN pada tanggal 9 Oktober 2020 lalu. Sama seperti *fandom* dari *boy group* lain, *ENGINE* juga akan berkomunikasi satu sama lain antar penggemar untuk mendukung ENHYPEN sebagai *idol* mereka. Suatu *fandom* memiliki berbagai cara untuk berkomunikasi antar anggotanya, mulai dari berkomunikasi secara langsung (*offline*) hingga berkomunikasi melalui daring (*online*). Hampir semua *fandom* pasti memiliki *platform online* sebagai sarana anggota dalam berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi yang terjadi pada *platform online* sama halnya berkomunikasi di ruang maya. Komunikasi yang terjadi pada di ruang maya juga disebut komunikasi virtual. Komunikasi virtual adalah komunikasi yang terjadi dimana proses penyampaian dan penerimaan pesan melalui *cyberspace* (ruang maya) yang bersifat interaktif (Apriyanti et al., 2021). Komunikasi virtual dapat dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas seperti *email*, *website* dan media sosial (Apriyanti et al., 2021).

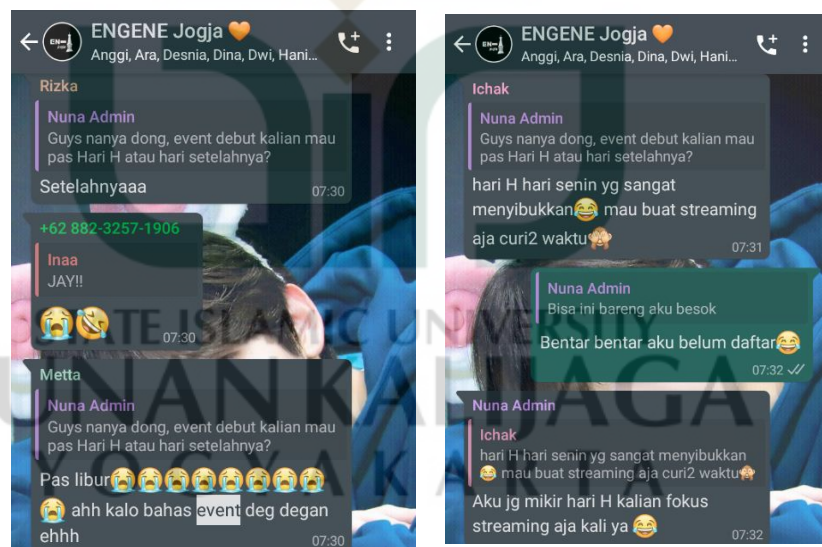
Di antara ketiga fasilitas tersebut, *fandom* *ENGINE* lebih sering menggunakan media sosial sebagai sarana berkomunikasi. Mulai dari saling berkomentar pada media sosial seperti Twitter, YouTube, Instagram sampai membentuk *WhatsApp Group* sendiri demi meningkatkan kohesivitas kelompok. Seperti yang pernah diungkapkan oleh Collins dan Raven bahwa kohesivitas kelompok merupakan suatu kekuatan yang mendorong anggota

kelompok dan mengharuskan anggota untuk tetap tinggal di dalam kelompok tersebut dan juga mencegah agar anggota tidak meninggalkan kelompok (Nurhayati, 2020).

Hal ini pun membuat peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian pada salah satu kelompok penggemar (*fandom*) ENGENE yang berdomisili di Yogyakarta, Indonesia yang dilakukan di *WhatsApp Group* ENGENE Jogja. Permasalahan dapat dilihat dari situasi pada saat salah satu admin (pemimpin *WhatsApp Group*) meminta pendapat kepada anggota berikut ini:

Gambar 3

Screenshot Percakapan WhatsApp Group ENGENE Jogja



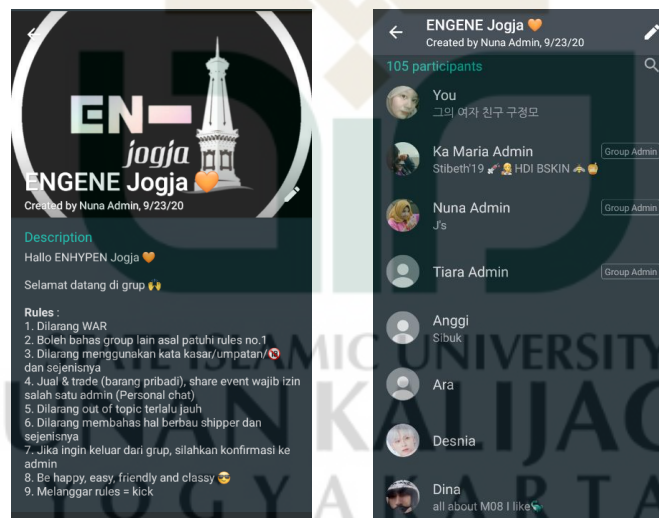
Sumber: *Screenshot WhatsApp Group* ENGENE Jogja. Diakses pada 18 Februari 2021 pukul 00.57 WIB.

Dari *screenshot* percakapan tersebut terlihat bahwa ketika admin meminta pendapat para anggotanya mengenai pelaksanaan *event* selanjutnya, hanya beberapa anggota yang mau menanggapi, lebih tepatnya hanya 4 anggota yang terdiri dari Rizka, Metta, Ichak, dan Hana. Sedangkan anggota lainnya hanya

menyimak dan mengikuti keputusan mayoritas dengan pertimbangan admin. Permasalahan yang terjadi pada *WhatsApp Group* ENGENE Jogja ini yakni hanya beberapa anggota yang sama yang kerap berinteraksi di *WhatsApp Group* dan seringkali mereka yang tidak pernah berinteraksi memutuskan untuk keluar dari *WhatsApp Group*. Padahal semenjak pembuatan *WhatsApp Group* ENGENE Jogja tersebut yakni pada 23 September 2020, admin membebaskan anggotanya untuk saling berbagi pendapat asalkan tidak melanggar *rules* (peraturan) yang tercantum sebagai berikut:

Gambar 4

Screenshot Profil WhatsApp Group ENGENE Jogja



Sumber: *Screenshot WhatsApp Group* ENGENE Jogja. Diakses pada 18 Februari 2021 pukul 01.15 WIB.

Dalam kasus tersebut, mengemukakan pendapat merupakan salah satu hal yang dianjurkan dalam pengambilan keputusan yang biasa disebut sebagai musyawarah. Dalam Islam, anjuran untuk melakukan musyawarah juga

tercantum dalam Firman-Nya. Berikut lafal Qur'an Surah Asy Syura ayat 38 yang menganjurkan manusia untuk bermusyawarah:

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنفِقُونَ

Artinya: *“Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhannya dan mendirikan sholat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antara mereka, dan mereka menafkahkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka”*.

Menurut Quraish Shihab dalam Tafsir Al Misbah, beliau menerangkan bahwa makna dari شُورَى (syura) berarti mengambil pendapat yang paling baik dengan cara mengumpulkan satu pendapat dengan pendapat yang lain. Beliau juga menuturkan bahwasanya segala urusan yang berkaitan dengan kepentingan kelompok hendaknya selalu diputuskan dengan musyawarah. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah timbulnya pihak yang bersifat otoriter atau memaksakan kehendak (Fakhruddin, 2020).

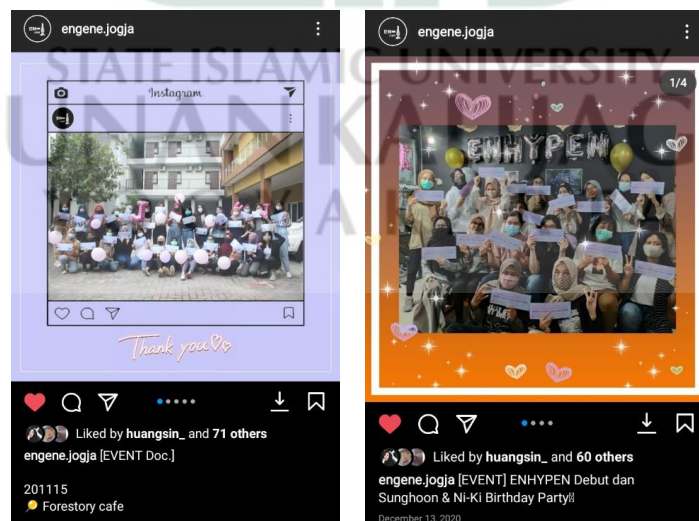
Dari penjelasan ayat tersebut menunjukkan bahwa ketika mendiskusikan sesuatu untuk pengambilan keputusan diperlukan musyawarah dalam suatu kelompok. Jika melihat dari profil WhatsApp Group ENGINE Jogja yang anggotanya berjumlah 105 partisipan, tidak semua anggota dengan percaya diri mengemukakan pikiran mereka. Sehingga, dibutuhkan suatu solusi yang nantinya diharapkan dapat mempertahankan kohesivitas antar anggota WhatsApp Group ENGINE Jogja, agar setiap anggota berani mengutarakan pikiran mereka dan juga diharapkan anggota yang tergabung pada WhatsApp

Group ENGENE Jogja tersebut tetap berada dan tidak keluar dari *WhatsApp Group* tersebut.

Dengan demikian, peneliti ingin menelusuri mengenai bagaimana komunikasi yang terjadi pada kelompok penggemar (*fandom*) ENGENE Jogja pada *WhatsApp Group*. Alasan peneliti melakukan penelitian pada *WhatsApp Group* tersebut yakni karena ENGENE Jogja merupakan salah satu *fandom* ENHYPEN teraktif di Indonesia yang ditandai dengan belum lama terbentuk, tetapi sudah berhasil menyelenggarakan dua *event* dengan kuota penuh. Dan *WhatsApp Group* merupakan media yang paling sering digunakan untuk melakukan komunikasi antar anggota pada kelompok penggemar (*fandom*) ENGENE Jogja tersebut.

Gambar 5

Dokumentasi *Event Heeseung & Jake Birthday Party, Event ENHYPEN Debut, Sunghoon & Ni-Ki Birthday Party*



Sumber: *Screenshot* Akun Instagram @engine.jogja. Diakses pada 18 Februari 2021 pukul 01.55

WIB.

Melalui *WhatsApp Group ENGINE Jogja* tersebut, akan dilakukan penelitian menggunakan studi analisis deskriptif kualitatif. Hal ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana komunikasi kelompok penggemar (*fandom*) yang terjadi pada *WhatsApp Group ENGINE Jogja* dalam mempertahankan kohesivitas kelompok. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis yakni terdiri dari observasi partisipan dan wawancara yang dilakukan secara *online* beserta *screenshot* dan studi pustaka untuk mendukung data penelitian yang diperoleh.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan penulis, maka dapat ditentukan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

Bagaimana komunikasi yang terjadi pada *WhatsApp Group ENGINE Jogja* dalam mempertahankan kohesivitas kelompok?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis komunikasi yang terjadi pada *WhatsApp Group ENGINE Jogja* dalam mempertahankan kohesivitas kelompok.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah nilai tambah khasanah penelitian di bidang komunikasi kelompok. Penelitian ini juga dapat

dijadikan sebagai referensi untuk topik penelitian yang sejenis dan menambah wawasan peneliti lain.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi anggota *WhatsApp Group* ENGINE Jogja dalam melakukan komunikasi guna untuk mempertahankan kohesivitas kelompok.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka ini berfungsi sebagai acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga diharapkan dapat terhindar dari kesamaan hasil penelitian ataupun tindakan plagiasi. Tinjauan pustaka berikut dapat dijadikan sebagai referensi penulis dalam menyusun masalah penelitian. Berikut beberapa tinjauan pustaka yang dijadikan rujukan oleh peneliti:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ikbar, Febri Nurrahmi dan Hamdani M. Syam di Universitas Syiah Kuala yang dimuat dalam Jurnal Komunikasi Global, Volume 8, Nomor 2, 2019 dengan judul “Kohesivitas pada Kelompok Jamaah Tabligh” (Ikbar et al., 2019). Penelitian ini membahas mengenai bagaimana kohesivitas kelompok yang terjadi pada anggota Jamaah Tabligh Mesjid Cot Goh, Gampong Lamme Garot, Aceh Besar. Konsep kohesivitas berasal dari teori *Group Think* yang digunakan dalam penelitian ini. Metode yang digunakan pada penelitian ini yakni penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan teknik pengambilan data berupa wawancara semi terstruktur dan observasi partisipan, diperoleh deskripsi yang dapat dianalisis dengan keempat dimensi kohesivitas yakni kekuatan sosial, kesatuan dalam

kelompok, daya tarik kelompok, dan kerja sama kelompok. Kesamaan dari penelitian ini yakni sama-sama meneliti tentang kohesivitas kelompok dengan menggunakan teori *Group Think*. Namun, dalam penelitian penulis lebih menekankan mengenai bagaimana komunikasi yang terjadi pada anggota WhatsApp *Group* untuk mempertahankan kohesivitas suatu kelompok.

Kedua, pada Jurnal penelitian dan Penelitian Sosiologi 2(1):32-39 yang ditulis oleh Rachmaniar dan Renata Anisa di Universitas Padjajaran yang berjudul “Studi Deskriptif Tentang Loyalitas Peserta Grup WhatsApp”(Rachmaniar & Anisa, 2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan seseorang bertahan pada suatu grup WhatsApp tertentu. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif pasif, dan juga studi literatur. Kesamaan dari penelitian ini ialah metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Namun, terdapat perbedaan dari penelitian penulis yakni terlihat dari teori yang digunakan untuk menganalisis yaitu Teori Motivasi dari Abraham Marslow dan Teori Pertukaran Sosial dari Thibault dan Kelley's.

Ketiga, dalam Jurnal IKON Vol. 4 No. 2 Desember 2018 yang berjudul “Studi Kasus Kohesivitas dan *Groupthink* dalam Kelompok Wartawan Amplop Kota Tegal”, yang ditulis oleh Vinisa Nurul Aisyah (Aisyah, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai bagaimana kohesivitas dan gejala *Group Think* kelompok wartawan amplop.serta melanggengkan aktivitas penerimaan amplop melalui kelompoknya. Kesamaan dari penelitian ini yakni

sama-sama menggunakan teori *Group Think* untuk membantu menganalisis komunikasi kelompok yang telah diteliti. Akan tetapi, terdapat perbedaan dengan penelitian penulis yaitu dari cara mengolah data penelitian. Penulis memilih menggunakan dimensi-dimensi kohesivitas yang nantinya dilihat dari komunikasi yang terjadi. Sedangkan dalam penelitian ini, memilih mengupas tentang gejala yang terjadi pada teori *Group Think* itu sendiri.

Keempat, Jurnal Nasional Indonesia yang berjudul “*Groupthink* dalam Pembuatan Keputusan Kegiatan Bina Desa Kelompok Mahasiswa Pecinta Alam” yang ditulis oleh Wita Nurhayati (Nurhayati, 2020). Penelitian ini memiliki tujuan yakni untuk mengetahui ada tidaknya gejala *groupthink* pada komunitas yang diteliti. Selain itu, penelitian ini juga membuktikan perihal kohesivitas yang tinggi dari komunitas tersebut. Kesamaan dari penelitian ini yakni sama-sama meneliti mengenai adanya *Group Think* dalam suatu kelompok. Kemudian sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif dalam pengolahan data penelitian. Perbedaan dari penelitian ini yakni lebih memfokuskan pada gejala-gejala yang ditimbulkan dari *Group Think*. Sedangkan pada penelitian penulis lebih menekankan pada komunikasi kelompok dalam mempertahankan kohesivitas kelompok yang nantinya akan dihubungkan dengan teori *Group Think*.

F. Landasan Teori

Landasan teori digunakan sebagai rujukan teori yang relevan untuk menjelaskan mengenai kajian yang akan diteliti. Landasan teori juga digunakan sebagai dasar untuk memberi hipotesis atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian. Terkait dengan fokus penelitian yang dikaji yakni mengenai analisis komunikasi yang terjadi pada *WhatsApp Group* ENGENE Jogja dalam mempertahankan kohesivitas kelompok. Peneliti merujuk teori-teori yang sesuai dengan kajian penelitian, yakni teori-teori komunikasi kelompok, maka susunan landasan teori yang peneliti sajikan sebagai berikut:

1. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok ialah komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan sekelompok orang berjumlah lebih dari dua orang, saling mengenal satu sama lain dan memandang bahwa mereka menjadi bagian dari kelompok tersebut untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai, mulai dari berbagi informasi sampai memecahkan masalah bersama sehingga setiap anggota dapat menumbuhkan karakteristik anggota lain dengan akurat serta mengambil secara bersama (Jatnika, 2019). Menurut Muhammad (2015), komunikasi kelompok memiliki karakteristik yang meliputi dua hal, yakni norma dan peran. Norma dapat diartikan sebagai standar-standar atas perilaku yang dianut dan dapat diterima oleh anggota kelompok. Sedangkan peran merupakan serangkaian pola perilaku seseorang yang menempati suatu posisi tertentu dalam suatu kelompok. Peran dalam komunikasi kelompok dibagi menjadi tiga, yakni peran aktif, peran partisipatif dan peran pasif.

Peran aktif ialah peran yang diberikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya sebagai aktivis kelompok seperti pengurus kelompok. Peran partisipatif merupakan peran yang diberikan kepada anggota kelompok yang pada umumnya sangat berguna bagi kelompok tersebut. Sedangkan peran pasif adalah kontribusi anggota kelompok yang bersifat pasif, biasanya anggota kelompok lebih memilih menahan diri agar tidak terjadi pertentangan (Jatnika, 2019).

2. Teori Pemikiran Kelompok (*Group Think Theory*)

Teori pemikiran kelompok atau yang sering disebut sebagai *Group Think theory* merupakan bagian dari teori komunikasi yang diasosiasikan dalam dinamika komunikasi kelompok. Menurut Irving Janis, istilah *group think* digunakan untuk menunjukkan suatu model berpikir suatu kelompok yang bersifat kohesif (Rohim, 2010). Teori ini berusaha menjelaskan mengenai keinginan suatu kelompok untuk mencari persetujuan dan mengambil keputusan yang mana sering mengabaikan pemikiran minoritas demi pengambilan keputusan dari mayoritas (Mulyana, 2010). Menurut Rakhmat (2015), anggota kelompok sering mengabaikan pemikiran mereka untuk menghindari konflik dan lebih memilih menyerahkan semua keputusan pada mayoritas meskipun bertentangan dengan pemikiran mereka (Ikbar et al., 2019). Janis mengemukakan bahwa *group think* dalam suatu kelompok dapat didorong oleh tiga kondisi yakni kohesivitas kelompok, faktor struktural, dan tekanan kelompok (West & Turner, 2014). Namun, dalam

penelitian ini hanya akan membahas mengenai satu kondisi yang mendorong dari adanya teori *group think* tersebut yakni kohesivitas kelompok.

3. Kohesivitas Kelompok

Kohesivitas kelompok dapat dilihat dari berbagai hal seperti mengenai bagaimana suatu kelompok terbentuk dan juga hal-hal yang membuat kelompok menjadi akrab. Pertemuan dengan intensitas komunikasi yang tinggi dan faktor preferensi yang sama dapat menimbulkan kecenderungan mencari orang lain hingga akhirnya membentuk suatu kelompok. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Janis dalam bukunya yang berjudul *Introduction Communication Theory*. Dalam bukunya, *Victims of Group Think* (1972) beliau menjelaskan apa yang terjadi pada suatu kelompok yang mana anggota kelompok tersebut saling menyetujui pendapat satu sama lain.

Selain hal tersebut, ada aspek lain yang dapat digunakan untuk mengetahui kohesivitas suatu kelompok yakni karena kesamaan pola pikir, hal yang digemari (kesukaan) dan juga lokasi tempat tinggal yang sama. Hal itu tertuang dalam buku *Small Group Communication, Theory, Process, and Skill* yang ditulis oleh John F Cragan, Chris R Kasch dan David W. Wright (Irwanti & Muharman, 2015).

Kohesivitas atau *cohesiveness* didefinisikan sebagai “*the degree of mutual interest among members*” atau diterjemahkan sebagai derajat kepentingan bersama diantara anggota kelompok (Morissan, 2014). Menurut Muliawan (2013), kohesivitas dapat diartikan sebagai kekompakan dan

solidaritas yang terjalin antar sesama anggota pada suatu kelompok (Ikbar et al., 2019). Suatu kelompok dapat dikatakan kohesif apabila kelompok tersebut memiliki semangat berkelompok yang tinggi, kesetiakawanan, memiliki hubungan yang akrab antar kelompok, serta memiliki emosi yang kuat untuk terikat pada kelompok tersebut (Jatnika, 2019). Robbins (2019) juga menegaskan bahwasanya kohesivitas kelompok merupakan sejauh mana para anggota kelompok saling tertarik satu sama lain dan termotivasi untuk tetap berada dalam kelompok tersebut (Jatnika, 2019).

Ketika antar anggota semakin dekat, mereka dapat menjadi kurang kritis terhadap ide maupun pendapat satu sama lain dan kurang ingin terlibat pada analisis dan debat yang diperlukan untuk mendapatkan hasil keputusan yang terbaik. Kekohesifan suatu kelompok dapat memunculkan keterlibatan pada pemikiran kelompok (*Group Think*) (Wood, 2013).

Adapun dimensi – dimensi kohesivitas kelompok yang dikemukakan oleh Forsyth (dalam Syahlendra, 2018) dapat diuraikan sebagai berikut (Ikbar et al., 2019) :

- a. Kekuatan Sosial merupakan keseluruhan dari dorongan yang dilakukan oleh anggota dalam kelompok untuk tetap bertahan dalam kelompoknya. Dengan kata lain yakni dorongan yang menjadikan anggota kelompok selalu berhubungan.
- b. Kesatuan dalam kelompok ialah perasaan saling memiliki pada kelompoknya dan memiliki perasaan moral yang berhubungan dengan

keanggotaan dalam kelompok. Dapat diartikan bahwa setiap anggota dalam kelompok merasa kelompok adalah suatu keluarga atau tim yang memiliki kebersamaan.

- c. Daya Tarik yakni anggota akan lebih tertarik melihat dari segi kelompok kerjanya sendiri daripada melihat dari anggotanya secara spesifik.
- d. Kerjasama kelompok yaitu anggota memiliki keinginan yang lebih besar untuk bekerjasama dalam mencapai tujuan kelompok.



G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran sebagai suatu proses penelitian yang disusun untuk menerangkan fokus penelitian. Erat tidaknya kohesivitas kelompok ditentukan oleh bagaimana komunikasi kelompok yang terbentuk. Suatu kelompok dapat mempertahankan kohesivitasnya apabila antara pemimpin kelompok dengan anggota maupun antar anggota satu dengan anggota lain dapat saling berkomunikasi untuk mencapai tujuan bersama. Berdasarkan uraian tersebut, berikut merupakan kerangka pemikiran yang disusun oleh peneliti:



Bagan 1

Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

H. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini ialah penelitian kualitatif yang mana digunakan untuk mendapatkan pencerahan dan pemahaman terhadap suatu fenomena serta ekstrapolasi dalam situasi yang sama (Anggito & Johan, 2018). Penelitian ini dilakukan melalui beberapa proses mulai dari pengumpulan data, analisis yang akhirnya diinterpretasikan. Penulis memilih menggunakan penelitian kualitatif dikarenakan penelitian ini dapat menekankan pada pemahaman terhadap masalah-masalah sosial berdasar kondisi yang realistis, dijabarkan secara kompleks dan rinci (Anggito & Johan, 2018).

Metode penelitian yang digunakan penulis yakni metode deskriptif kualitatif yang mana metode deskriptif kualitatif ini merupakan suatu metode penelitian yang bergerak pada pendekatan kualitatif sederhana dengan alur induktif. Alur induktif yang dimaksud yakni penelitian deskriptif kualitatif ini diawali dengan peristiwa atau proses penjas yang akhirnya dapat ditarik suatu generalisasi yang merupakan suatu kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut (Yuliani, 2020).

2. Subjek dan Objek Penelitian

Kriteria subjek penelitian yang dipilih peneliti yakni menggunakan teknik *purposive sampling* seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2012) yakni teknik pengambilan sampel sumber data dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan peneliti dalam mengambil data melalui objek yang diteliti. Selain itu, karena

penelitian ini bersumber pada dunia virtual, etnografer (peneliti) harus mematuhi hukum internasional mengenai privasi internet yakni tidak diperbolehkan meneliti subjek yang berusia dibawah 13 tahun, yang mana tidak dapat memberikan *informed consent* (Achmad & Ida, 2018).

Subjek penelitian yang dipilih yakni 1 admin ENGINE Jogja (*founder WhatsApp Group*), 3 anggota aktif dalam percakapan dan 3 anggota tidak aktif (penyimak) dalam *WhatsApp Group* ENGINE Jogja. Sedangkan objek yang dipilih dalam penelitian ini ialah komunikasi yang terjadi pada *WhatsApp Group* ENGINE Jogja.

3. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yakni data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2017):

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan observasi partisipan, wawancara *online* dan *screenshot* sebagai metode penelitian data primer.

a. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan peneliti untuk membantu dan mendukung data primer. Penelitian ini menggunakan studi pustaka sebagai pelengkap dalam metode pengumpulan data dalam penelitian.

4. Metode Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data penelitian dibutuhkan metode yang sesuai yang nantinya dapat membantu dalam proses analisis data. Metode

pengumpulan data yang dipilih penulis yakni ada tiga metode yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Observasi Partisipan (secara *online*), peneliti ikut bergabung ke dalam *WhatsApp Group* ENGINE Jogja untuk ikut andil dan mengamati dinamika komunikasi yang terjadi didalamnya. Peneliti ikut berinteraksi dengan sesama anggota *WhatsApp Group ENGINE Jogja*.
- b. Wawancara (secara *online*), peneliti akan melakukan wawancara kepada subjek penelitian yang terpilih dari *WhatsApp Group* ENGINE Jogja. Wawancara ini dilakukan dengan cara mewawancarai subjek penelitian mengenai apa saja yang menjadi fokus penelitian dari masalah penelitian. Hal ini bertujuan untuk menggali data lebih dalam disamping dilakukannya observasi partisipan.
- c. *Screenshot*, dilakukan dengan cara mengambil gambar dari tangkapan layar *smartphone*. Tangkapan layar itulah yang nantinya dalam dijadikan sebagai salah satu bukti fisik data penelitian yang diperoleh. Data tersebut nantinya dapat digunakan untuk menganalisis fenomena yang terjadi pada subjek penelitian.
- d. Studi Pustaka, diperoleh dari buku, jurnal-jurnal dan artikel internet yang digunakan sebagai data pendukung dari penelitian yang dilakukan.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan peneliti yaitu metode analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992). Miles dan Huberman menegaskan bahwa dalam menganalisis data kualitatif dilakukan secara

interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai didapat data yang jenuh. Model interaksi ini dilakukan peneliti selama menggali data di lapangan. Metode Miles dan Huberman meliputi tiga jalur analisis data yang dapat dijabarkan sebagai berikut (Sugiyono, 2015):

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan dan transformasi data kasar yang didapat di lapangan. Proses ini dilakukan dengan cara mengelompokkan data yang diperoleh ke dalam kelas-kelas tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Mereduksi data sama halnya dengan merangkum menjadi hal-hal yang lebih spesifik. Hal ini bertujuan untuk lebih memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data selanjutnya.

b. Penyajian Data

Penyajian data yang dimaksud yakni menyajikan data yang telah direduksi sebelumnya ke dalam bentuk teks naratif secara sistematis. Tujuan dari penyajian data ini yakni untuk memudahkan pembaca dalam memahami apa yang terjadi dan untuk merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan yang telah dipahami. Penyajian data dapat juga disajikan dalam bentuk bagan, grafik ataupun matrik.

c. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti mendapatkan temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Kesimpulan dapat diperoleh apabila sudah diverifikasi dengan melihat kembali hasil reduksi dan

juga penyajian data yang nantinya diharapkan dapat menjawab rumusan masalah penelitian.

6. Triangulasi

Salah satu cara untuk menguji keabsahan data dalam penelitian etnografi virtual ialah dengan memberikan hasil wawancara dan hasil observasi jika diperlukan kepada subyek. Melibatkan subyek disini bertujuan untuk memastikan data yang didapatkan oleh peneliti merupakan intisari dari fenomena yang diteliti (Nasrullah, 2017). Selain itu, untuk mendapatkan kevalidan data dan dapat dipercaya, peneliti menggunakan teknik uji keabsahan data dengan teknik triangulasi. Triangulasi adalah suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data penelitian (Machmud, 2016). Pada penelitian ini, peneliti memilih menggunakan teknik triangulasi metode untuk menguji keabsahan data. Triangulasi metode merupakan teknik uji keabsahan data yang dilakukan dengan cara mengecek derajat kepercayaan data dari sumber yang sama dengan menggunakan metode yang berbeda. Penggunaan teknik triangulasi metode bertujuan untuk mendapatkan kebenaran informasi data yang valid dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu (Djunaidi, 2012).

I. Jadwal Penelitian

Tabel 1

Jadwal Penyusunan Penelitian

No	Tanggal Penelitian	Agenda Penelitian
1	24 Desember 2020	Pengajuan Judul Penelitian
2	7 April 2021	ACC Proposal Skripsi
3	14 April 2021	Seminar Proposal Skripsi
4	1-31 Agustus 2021	Pengambilan Data melalui Observasi Partisipan di <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja
5	9 September 2021	Wawancara <i>online</i> kepada Admin <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja (Ansa)
6	9 September 2021	Wawancara <i>online</i> kepada Anggota Tidak Aktif <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja (Grace)
7	10 September 2021	Wawancara <i>online</i> kepada Anggota Aktif <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja (Ina)
8	10 September 2021	Wawancara <i>online</i> kepada Anggota Aktif <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja (Septiana)
9	11 September 2021	Wawancara <i>online</i> kepada Anggota Tidak Aktif <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja (Adel)
10	11 September 2021	Wawancara <i>online</i> kepada Anggota Aktif <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja (Maisa)
11	12 September 2021	Wawancara <i>online</i> kepada Anggota Tidak Aktif <i>WhatsApp Group</i> ENGENE Jogja (Dwi)
12	20 Oktober 2021	ACC Naskah Skripsi
13	17 November 2021	Sidang Munaqasyah
14	11 Desember 2021	Revisi setelah Sidang Munaqasyah

Sumber: Olahan Peneliti



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari analisis komunikasi kelompok penggemar (*fandom*) yang terjadi pada *WhatsApp Group* ENGENE Jogja yakni bahwa anggota ENGENE Jogja ini menunjukkan intensitas komunikasi yang tidak signifikan terlihat dari hanya beberapa anggota yang melakukan interaksi dalam setiap periodenya. Pada analisis komunikasi kelompok terkait kekuatan sosial yang ada pada anggota kelompok penggemar (*fandom*) ENGENE Jogja, peneliti menyimpulkan bahwa dorongan pada setiap anggota ENGENE Jogja untuk bertahan pada kelompok ini belum kuat. Terlihat dari masih adanya anggota yang meninggalkan grup dan juga beberapa anggota yang tidak nyaman selama bergabung dalam *WhatsApp Group* ENGENE Jogja tersebut. Selain itu ketika admin melakukan pembersihan grup, banyak anggota yang menerima tanpa harus meminta admin untuk memasukkan mereka ke grup kembali. Kemudian hasil analisis komunikasi kelompok pada kesatuan kelompok yang terjadi pada anggota *WhatsApp Group* ENGENE Jogja belum terjalin erat. Hal itu terlihat dari adanya beberapa anggota yang jarang atau hampir tidak pernah peduli dengan interaksi yang terjadi pada *WhatsApp Group* ENGENE Jogja. Namun, disisi lain *fandom* ini juga memiliki dua kelebihan yang menonjol yakni berasal dari daya tarik *fandom* dan juga kerjasama kelompok yang konsisten dalam mendukung idola mereka yakni ENHYPEN.

Ketika admin atau anggota lain memulai percakapan terlihat masih banyaknya anggota yang lebih memilih untuk diam (*silent*) dalam berinteraksi di dalam grup percakapan. Dalam kohesivitas kelompok ENGINE Jogja tersebut, memunculkan adanya *group think* (pemikiran kelompok) yang membuat anggota ENGINE Jogja sungkan untuk mengemukakan pendapatnya ketika admin atau anggota lain mengirimkan pesan untuk menanyakan suatu opini atau pendapat.

Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam mempertahankan kohesivitas kelompok, dibutuhkan intensitas komunikasi kelompok yang lebih efektif dari anggota *WhatsApp Group* ENGINE Jogja itu sendiri. Baik antara admin dengan anggota maupun antara anggota satu dengan anggota yang lain dibutuhkan pemahaman satu sama lain untuk mencapai kohesivitas kelompok yang lebih erat.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti memiliki saran yang ditujukan kepada pihak yang terlibat pada *WhatsApp Group* ENGINE Jogja yakni untuk para admin dan anggotanya. Selain itu, peneliti juga memiliki saran kepada pihak akademisi yang berhubungan dengan dilakukannya penelitian ini. Beberapa saran yang peneliti ingin sampaikan antara lain sebagai berikut:

1. Admin *WhatsApp Group* ENGENE Jogja

Berdasar data penelitian yang diperoleh, peneliti memiliki saran untuk admin *WhatsApp Group* ENGENE Jogja agar lebih memperhatikan anggotanya terkait dalam intensitas komunikasi dan kebebasan mengutarakan pendapat. Peneliti juga menyarankan kepada admin agar lebih sering mengadakan diskusi dengan anggotanya untuk lebih mempererat kohesivitas kelompok ENGENE Jogja.

2. Anggota *WhatsApp Group* ENGENE Jogja

Berdasar penelitian yang dilakukan, peneliti menyarankan kepada anggota *WhatsApp Group* ENGENE Jogja untuk lebih sering berinteraksi dengan anggota lain guna mempertahankan kohesivitas kelompok ENGENE Jogja.

3. Pihak Akademisi

Dalam bidang akademik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu acuan tambahan peneliti lain dalam bidang komunikasi kelompok ataupun penelitian mengenai kekohesivitasan suatu kelompok. Peneliti juga memiliki saran kepada pihak akademisi terlebih yang menekuni dalam bidang Ilmu Komunikasi bahwa disarankan untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai pola komunikasi yang terbentuk dalam suatu kelompok penggemar (*fandom*) dengan menelusuri pola-pola perilaku, pola-pola kehidupan dan juga relasi sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 130.
<https://doi.org/10.26740/jsm.v2n2.p130-145>
- Aisyah, V. N. (2018). Studi Kasus Kohesivitas dan Groupthink dalam Kelompok Wartawan Amplop Kota Tegal. *Jurnal IKON*, 4(2).
- Anggito, A., & Johan, S. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (D. E. Lestari (ed.)). CV Jejak.
- Apriyanti, S., Putra, R. A., & Anrial, A. (2021). Komunikasi Virtual Mahasiswa Dalam Perkuliahan Non Tatap Muka. *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 167. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v11i2.438>
- Azizah, R. D. (2020). *Peran Manusia sebagai Makhluk Individu dan Makhluk Sosial dalam Kehidupan Bernegara*.
<https://www.kompasiana.com/azizahdian/5eb60655d541df3c1648a745/peran-manusia-sebagai-makhluk-individu-dan-makhluk-sosial-dalam-kehidupan-bernegara?page=all#sectionall>
- Billboard. (2021). BTS | Billboard. In *Billboard*.
<https://www.billboard.com/music/bts/chart-history/HSI>
- CNN Indonesia. (2021). Daftar Idol di Bawah Agensi SM Entertainment. In *CNN Indonesia* (p. 1). <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20210112105247-227-592533/daftar-idol-di-bawah-agensi-sm-entertainment>
- Djunaidi, M. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Ar Ruzz Media.

- Fakhruddin, M. A. (2020). *Surat As-Syura Ayat 38, Dalil Demokrasi dalam Al Quran*. <https://tafsiralquran.id/surat-as-syura-ayat-38-dalil-demokrasi-dalam-al-quran/>
- Febriastuti, S. (2020). Indonesia Masuk Daftar Jumlah Fans K-Pop Terbanyak di Dunia, Fandom Mana Aja Nih? In *Minews.id* (p. Gaya Hidup). <https://www.minews.id/gaya-hidup/indonesia-masuk-daftar-jumlah-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia-fandom-mana-aja-nih>
- Harbani, R. I. (2021). *Surah Ali Imran Ayat 159, Konsep Musyawarah Ala Rasulullah*. <https://news.detik.com/berita/d-5652033/surah-ali-imran-ayat-159-konsep-musyawah-ala-rasulullah>
- Howard, K. (2006). *Korean Pop Music : Riding the Wave*. Global Orietal.
- Ikbar, I., Nurrahmi, F., & Syam, H. M. (2019). Kohesivitas Pada Kelompok Jamaah Tabligh. *Jurnal Komunikasi Global*, 8(2), 258–270. <https://doi.org/10.24815/jkg.v8i2.15266>
- Irwanti, M., & Muharman, D. (2015). Perspektif Baru Groupthink; Perbedaan Tingkat Pendidikan Dalam Proses Pengambilan Keputusan Kelompok. *MIMBAR, Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 31(1), 251. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v31i1.1347>
- J.K. (2020). *Announcing The Top 7 Of “I-LAND” The New Group ENHYPEN*. *Soompi*. www.soompi.com
- Jatnika, A. (2019). *Komunikasi Kelompok*. Alfabeta.

- Juwita, S. H. (2018). Tingkat fanatisme penggemar k-pop dan kemampuan mengelola emosi pada komunitas EXO-L di kota yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(7), 273.
<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/ojs/index.php/fipbk/article/view/12568>
- Karimah, I. (2017). Setiap Manusia Merupakan Pemimpin. In *15 Mei*.
<https://www.kompasiana.com/ima27/5918dc91957e617f3f160a84/setiap-manusia-merupakan-pemimpin?page=all>
- Kim, J. (2012). *The History of Yang Hyun Suk and YG From 'Boy' to 'CEO' (Pt.*
<http://mwave.interest.me/enewsworld/en/article/6916/the-history-of-yang-hyun-suk-and-yg-from-boy-to-ceo-pt-1>
- KOCIS. (2011). *K-Pop : A New Force in Pop Music*. Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism.
- Machmud, M. (2016). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Selaras.
- Mahmudah, F. (2021). *Jangan ngaku anak K-Pop kalau belum tahu apa arti fandom*. <https://koreabanget.hops.id/jangan-ngaku-anak-k-pop-kalau-belum-tahu-apa-arti-fandom/>
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa (Edisi Pertama)*. Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan*

Sosioteknologi di Internet. Simbiosis Rekatama Media.

Niardo, R. (2021a). *BLACKPINK, aespa dan Red Velvet Jadi Girl Group Paling Populer di Bulan Agustus 2021* (p. 1).

<https://kpopchart.net/2021/08/blackpink-aespa-dan-red-velvet-jadi-girl-group-paling-populer-di-bulan-agustus-2021.html>

Niardo, R. (2021b). *Daftar Boy Group K-Pop Terpopuler Bulan Agustus, Ada BTS, EXO dan SEVENTEEN*. <https://kpopchart.net/2021/08/daftar-boy-group-k-pop-terpopuler-bulan-agustus-ada-bts-exo-dan-seventeen.html>

Nurani, N. (2017). *5 Barang Ini Cuma Fans K-pop yang Mengerti*.

<https://kumparan.com/kumparank-pop/5-barang-ini-cuma-fans-k-pop-yang-mengerti/full>

Nurdiarti, R. P. (2018). Media sosial, pola interaksi dan relasi sosial pada grup whatsapp alumni SDK St. Maria Blitar. *ETTISAL Journal of Communication*, 3(1), 49–61.

Nurhayati, W. (2020). Groupthink dalam Pembuatan Keputusan Kegiatan Bina Desa Kelompok Mahasiswa Pecinta Alam. *Jurnal Nasional Indonesia*, 1(1), 85–98. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://serisc.org/journals/index.php/IJAST/article>

Rachmaniar, & Anisa, R. (2017). Studi Deskriptif Tentang Loyalitas Peserta Grup

- WhatsApp. *Sosioglobal : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 2(1), 32–39. <https://doi.org/10.24198/jsg.v2i1.15269>
- Ramadhani, R. A. (2019). Perilaku konsumsi dan produksi budaya penggemar pada komunitas army BTS jogja. *Universitas Islam Indonesia*.
- Rohim, H. S. (2010). *Teori Komunikasi : Perspektif, Ragam dan Aplikasi*. PT Rineka Cipta.
- Russel, M. J. (2014). *K-Pop Now : The Korean Music Revolution*. Tuttle Publishing.
- Storey, J. (2006). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop: Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*. Jalasutra.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukrillah, A. dkk. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Melalui WhatsApp Group FEI Sebagai Sarana Komunikasi. *Jurnal Komunikasi*, 95–104.
- Trianto. (2015). *Model Pembelajaran Terpadu*. PT Bumi Aksara.
- Ulhaq, D. (2018). *Pengaruh K-Pop di Indonesia*.
<https://www.kompasiana.com/dhiya20947/5bfc75febde5757d876ae8a2/pengaruh-k-pop-di-indonesia?page=all>
- VIO. (2021). *Tafsir Surat Al Hujurat Ayat 13, Larangan Membeda-bedakan*

Sesama Manusia. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/tafsir-surat-al-hujurat-ayat-13-larangan-membeda-bedakan-sesama-manusia-1vCRXcRYEiJ/full>

West & Turner. (2014). *Introducing Communication Theory : Analysis and Application (Fifth Edition)*. McGraw Hill Education.

Wood, J. . (2013). *Komunikasi : Teori dan Praktik (Komunikasi dalam Kehidupan Kita) (Edisi 6)*. Penerbit Salemba Humanika.

Yensy, N. A. (2020). Efektifitas Pembelajaran Statistika Matematika melalui Media Whatsapp Group Ditinjau dari Hasil Belajar Mahasiswa (Masa Pandemi Covid 19). *Jurnal Pendidikan Matematika Raflesia*, 05(02), 65–74. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/jpmr>

Yuliani, W. (2020). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. *Quanta*, 4(1), 83–91. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>

Zaini. (2017). Dinamika Perkembangan Musik K-Pop dalam Perspektif Industri Budaya. *Jurnal Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia*, 503–506.

Zellner, X. (2018). BLACKPINK Makes K-Pop History on Hot 100, Billboard 200 & More With “DDU-DU DDU-DU.” In *Billboard*. <https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/8462635/blackpink-k-pop-history-hot-100-billboard-200>

벨리프트랩 | *Belift Lab*. (2020). <https://beliftlab.com/about/index>