

Hubungan antara Komunikasi yang Efektif dan Harga Diri dengan Kohesivitas Kelompok pada Pasukan Suporter Solo Sejati (Pasoepati)

The Correlation between Effective Communication and Self-Esteem toward Group Cohesiveness in Pasukan Suporter Solo Sejati (Pasoepati)

Hertina Wulansari, Tuti Hardjajani, Arista Adi Nugroho

Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran
Universitas Sebelas Maret

ABSTRAK

Kohesivitas kelompok terlihat melalui ketertarikan antaranggota dan kebersatuan kelompok dalam pelaksanaan fungsi dan tujuan kelompok. Anggota kelompok diharapkan menghimpun komunikasi yang baik dan mengoptimalkan kemampuannya untuk turut serta memberi kontribusi demi kelangsungan kelompok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1. Hubungan antara komunikasi yang efektif dan harga diri dengan kohesivitas kelompok pada Pasoepati, 2. Hubungan antara komunikasi yang efektif dengan kohesivitas kelompok pada Pasoepati, dan 3. Hubungan antara harga diri dengan kohesivitas kelompok pada Pasoepati.

Populasi dalam penelitian ini adalah kelompok suporter Pasoepati. Pengambilan sampel menggunakan *quota incidental sampling*, dengan penentuan kuota sebanyak 200 responden. Alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kohesivitas kelompok, skala komunikasi yang efektif, dan skala harga diri. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis pertama adalah analisis regresi dua prediktor, selanjutnya untuk menguji hipotesis kedua dan ketiga menggunakan analisis korelasi parsial.

Dari hasil analisis regresi dua prediktor, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,723; $p = 0,000$ ($p < 0,05$) dan F hitung 107,701 > F tabel 3,042. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara komunikasi yang efektif dan harga diri dengan kohesivitas kelompok pada Pasoepati. Secara parsial menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara komunikasi yang efektif dengan kohesivitas kelompok pada Pasoepati dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,592; serta terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dengan kohesivitas kelompok pada Pasoepati yang ditunjukkan oleh koefisien korelasi (r) sebesar 0,141. Nilai R^2 dalam penelitian ini sebesar 0,522 atau 52,2%; terdiri atas kontribusi komunikasi yang efektif terhadap kohesivitas kelompok sebesar 45,8% dan kontribusi harga diri terhadap kohesivitas kelompok sebesar 6,4%. Ini berarti masih terdapat 47,8% faktor lain yang mempengaruhi kohesivitas kelompok.

Kata kunci: komunikasi yang efektif, harga diri, kohesivitas kelompok, pasoepati

PENDAHULUAN

Sepakbola merupakan olahraga yang populer, dibuktikan pada Piala Dunia 2010 lalu yang mampu menyedot perhatian 2,997 juta penonton (Jayakarta, 2010). Adapun minat yang tinggi pada sepakbola di Indonesia ditunjukkan oleh penelitian AC Nielsen yang mengungkapkan bahwa lebih dari 40%

populasi televisi Indonesia menyaksikan tayangan Piala Dunia 2010 (Andarias, 2010).

Penonton yang banyak dalam pertandingan sepakbola merupakan pemandangan yang biasa mengingat begitu populernya olahraga tersebut. Klasifikasi penonton menurut Suroso, dkk. (2010) ada dua, yaitu penonton yang sekedar menyaksikan jalannya pertandingan

dan suporter yang menyaksikan serta memihak tim yang didukungnya. Penonton hanya menikmati jalannya pertandingan, sedangkan suporter turut memberi dukungan dan seringkali tergabung dalam suatu kelompok. Kehadiran kelompok suporter sepakbola mempunyai dampak yang positif maupun negatif. Dampak negatifnya adalah sikap berlebihan kelompok suporter dalam mendukung timnya dapat melahirkan bentrok kelompok suporter.

Suryanto (1996) mengungkapkan bahwa dalam evaluasi 136 pertandingan sepakbola terjadi kerusuhan sebanyak 2,6% atau sekitar tiga hingga empat kali. Hal tersebut menunjukkan belum tercapainya tujuan kelompok suporter secara maksimal, yaitu mendukung tim disertai sportivitas tinggi sesuai dengan program *fair-play* yang dikeluarkan FIFA (Adi, 2011).

Dampak positif dari keberadaan kelompok suporter dapat terlihat melalui keterdekatan para anggotanya dalam berbagai kegiatan kelompok, diantaranya: pertemuan kelompok dan kebersamaan dalam membuat spanduk maupun jargon untuk mendukung tim yang disayangi (*Social Issues Research Center*, 2008). Kegiatan semacam itu dapat memelihara rasa saling memiliki antaranggota yang merujuk pada kohesivitas kelompok, yang diartikan Gibson, dkk. (2000) sebagai kekuatan yang menjadikan anggota kelompok berkeinginan tetap tinggal dan menaati kesepakatan kelompok.

Indonesia sebagai salah satu negara yang turut dibawa euforia sepakbola memiliki kelompok suporter yang tersebar di berbagai kota, termasuk di Solo. Kelompok suporter di Solo menamakan dirinya sebagai Pasukan Suporter Solo Sejati (Pasoepati).

Keistimewaan Pasoepati terlihat melalui citra diri Pasoepati sebagai aset kota Solo yang turut serta dalam berbagai kegiatan yang dapat mengharumkan nama kota Solo. Selain itu, Pasoepati terlihat tetap bersatupadu dalam mendukung dua tim sepakbola Solo musim pertandingan 2011 lalu. Fenomena di kota lain, terdapat dua klub sepakbola dalam satu kota dengan dua suporter yang berbeda, bahkan satu klub sepakbola dengan dua suporter yang berbeda di satu kota. Contohnya: Persema dan Arema Malang dengan *Ngalamania* dan *Aremania* serta PSIS Semarang dengan *Panser Biru* dan *Snex* (pasoepati.net Digital Magazine, 2011).

Terlepas dari keistimewaan tersebut, Pasoepati dalam perjalanannya pernah mendapatkan label sebagai kelompok suporter yang anarkis, disebabkan Pasoepati pernah terlibat bentrok antarsuporter. Menurut Jatmiko (2011), Pasoepati juga mulai terjebak budaya rasis. Nyanyian Pasoepati kerap berisi hujatan terhadap kelompok suporter lain yang mereka anggap musuh. Lebih jauh lagi, loyalitas Pasoepati mulai dipertanyakan karena dalam laga tim Persis Solo musim 2011 terlihat banyak bangku stadion yang kosong yang disinyalir disebabkan menurunnya semangat

Pasoepati seiring prestasi Persis Solo yang juga menurun (Onengisme, 2011). Fenomena tersebut menunjukkan kohesivitas kelompok yang belum maksimal pada tubuh kelompok suporter ini.

Robbins (dalam Munandar, 2001) mengungkapkan bahwa interaksi yang kurang intensif di dalam kelompok dapat menjadikan kohesivitas kelompok menjadi rendah. Intensitas interaksi dapat menunjukkan pula kuantitas komunikasi karena interaksi dikatakan Soekanto (2000) dapat terjadi melalui komunikasi. Namun, komunikasi yang baik tidak hanya dilihat dari kuantitasnya, tetapi juga kualitas di dalamnya.

Book (1980) mengatakan bahwa komunikasi yang baik dapat terwujud ketika komunikator dan komunikan memperhatikan kemampuan dan cara berkomunikasi secara efektif. Rakhmat (2009) mengungkapkan bahwa dalam praktik komunikasi efektif terjadi kesamaan pengertian dan kesenangan. Apabila dipraktikkan oleh anggota kelompok, diharapkan mereka dapat saling mempengaruhi sehingga tujuan kelompok dapat tercapai dan mengarahkan pada kohesivitas kelompok.

Kohesivitas kelompok dapat meningkat seiring dengan tingginya rasa suka antaranggota (Brown, dalam Taylor, 2009). Anggota kelompok dapat saling menyukai ketika mereka saling menerima. Perasaan diterima, baik oleh diri sendiri maupun orang lain dikatakan Maslow (dalam Goble, 2000)

terwujud pada individu dengan penghargaan yang cukup. Hal tersebut berkaitan dengan harga diri yang diartikan Sears, dkk. (1999) sebagai perasaan berharga dan berkemampuan dalam diri individu.

Perwujudan harga diri tinggi dapat memunculkan konsekuensi yang positif bagi individu, termasuk dalam kehidupan berkelompok. Individu dengan harga diri tinggi akan dapat diterima secara sosial dan mengoptimalkan kemampuannya sehingga dapat turut andil dalam pencapaian tujuan kelompok yang dikatakan dapat mewujudkan kohesivitas kelompok.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hubungan antara komunikasi yang efektif dan harga diri dengan kohesivitas kelompok pada Pasukan Suporter Solo Sejati (Pasoepati).

DASAR TEORI

1. Kohesivitas Kelompok

Forsyth (2006) mengatakan bahwa kohesivitas kelompok muncul dari ikatan-ikatan di antara anggota kelompok. Carron, dkk. (dalam Carron, dkk., 2001) mendefinisikan kohesivitas kelompok sebagai proses dinamis yang terlihat melalui kecenderungan kelekatan dan kebersatuan kelompok dalam pemenuhan tujuan dan atau kepuasan kebutuhan afeksi anggota kelompok.

Level kohesivitas yang tinggi biasanya bermanfaat bagi pelaksanaan fungsi kelompok karena kohesivitas kelompok juga diartikan sebagai kekuatan, baik positif maupun negatif, yang menyebabkan anggota tetap bertahan dalam kelompok (Taylor, dkk., 2009). Fungsi kelompok akan tercapai secara maksimal pada kelompok yang kohesif karena eksistensi kelompok kohesif tetap terjaga seiring dengan anggotanya yang juga eksis di dalam kelompok.

Robbins dan Judge (2008) mendefinisikan kohesivitas kelompok sebagai tingkat ketertarikan antaranggota kelompok sehingga termotivasi untuk tinggal di dalam kelompok. Cara untuk diterima oleh kelompok sehingga dapat bertahan di dalamnya adalah dengan menjadi seperti orang-orang di dalam kelompok dalam berbagai hal. Kesamaan dengan orang-orang di dalam satu kelompok tersebut akan menjadikan anggota satu lebih kompak dengan anggota lain dalam kehidupan berkelompok.

Berdasarkan uraian di atas, maka kohesivitas kelompok dimaknakan sebagai ketertarikan dan kebersatuan anggota kelompok sehingga termotivasi untuk tetap bertahan di dalam kelompok serta bersama-sama melaksanakan fungsi dan meraih tujuan kelompok.

Aspek kohesivitas kelompok menurut Carron, dkk. (dalam Carron, dkk., 2001) dan Forsyth (2006), meliputi: ketertarikan individu pada tugas kelompok, ketertarikan individu pada

kelompok secara sosial, kesatuan kelompok dalam tugas, kesatuan kelompok secara sosial, dan kerjasama.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kohesivitas kelompok diungkapkan oleh Baron dan Byrne (2005) dan Brown (dalam Taylor, 2009), yaitu: status (identitas) di dalam kelompok, usaha masuk dalam kelompok, ancaman atau kompetisi yang kuat, ukuran kelompok, rasa suka antaranggota, tujuan kelompok, dan kekuatan yang mencegah anggota keluar dari kelompok.

2. Komunikasi yang Efektif

Menurut DeVito (1995), komunikasi antarpribadi adalah pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek umpan-balik yang langsung. Komunikasi memungkinkan individu untuk berbagi mengenai perasaan dan keinginannya, mengungkapkan kebencian, kegembiraan, cinta, maupun keputusasaannya.

Banyak manusia yang melakukan komunikasi, namun belum tentu setiap manusia telah melakukan komunikasi yang efektif (Book, 1980). Supratiknya (2008) mengungkapkan bahwa keefektifan dalam hubungan antarpribadi ditentukan oleh kemampuan mengkomunikasikan secara jelas informasi yang hendak disampaikan, menciptakan kesan yang diinginkan, atau mempengaruhi orang lain seperti yang diharapkan.

Tubbs dan Moss (2008) mengemukakan bahwa efektivitas komunikasi interpersonal ditandai dengan komunikan (penerima pesan) dan komunikator (pengirim pesan) dalam sebuah proses komunikasi terwujud saling pengertian, kesenangan, saling mempengaruhi, hubungan sosial yang baik, juga adanya tindakan nyata sebagai umpan-balik. Komunikasi yang efektif diharapkan dapat mengurangi dampak buruk yang timbul pada kelompok terkait dengan adanya kepuasan di dalamnya.

Komunikasi yang efektif dimaknakan sebagai komunikasi yang memberikan hasil yang sesuai dengan harapan pihak-pihak yang berkomunikasi yang terwujud melalui saling pengertian, kesenangan, saling mempengaruhi, hubungan sosial yang baik, serta tindakan nyata sebagai umpan-balik, sehingga menghindarkan individu dari konflik.

Aspek-aspek komunikasi yang efektif yang dikemukakan Tubbs dan Moss (2008) meliputi: *understanding* (pemahaman), *pleasure* (kesenangan), *attitude influence* (mempengaruhi sikap), *improved relationship* (memperbaiki hubungan), dan *action* (tindakan).

Menurut Johnson (dalam Supratiknya, 2008), terdapat tiga syarat yang harus dipenuhi untuk mengirimkan pesan secara efektif, yaitu: komunikator harus mengusahakan agar pesan-pesan yang dikirimkan mudah dipahami, komunikator harus memiliki kredibilitas di

mata komunikan, dan komunikator harus berusaha mendapatkan umpan-balik secara optimal tentang pengaruh pesan dalam diri komunikan.

3. Harga Diri

Coopersmith (1967) mengartikan harga diri sebagai hasil evaluasi individu terhadap diri sendiri yang diekspresikan dalam sikap terhadap diri sendiri. Evaluasi ini menyatakan suatu sikap penerimaan atau penolakan dan menunjukkan seberapa besar individu percaya bahwa dirinya mampu, berarti, berhasil, berharga menurut standar dan nilai pribadinya.

Harga diri menurut Branden (1992) merupakan dorongan kekuatan yang dimiliki tiap-tiap individu mengenai pandangan keberhargaan dirinya untuk mengatasi tantangan kehidupan dan mencapai hak untuk merasa bahagia dalam menjalani kehidupan. Manusia tidak akan dapat menyadari potensi dirinya tanpa harga diri yang menjadikannya merasa berarti dan percaya pada diri sendiri.

Robins, dkk. (2001) mendefinisikan harga diri sebagai keseluruhan orientasi sikap individu mengenai dirinya. Harga diri yang tinggi mengarahkan seseorang memiliki banyak ciri kepribadian yang diinginkan secara sosial dan tidak memiliki pembawaan yang tidak diinginkan.

Harga diri dapat dimaknakan sebagai pandangan keberhargaan diri individu yang diekspresikan dalam sikap terhadap diri sendiri

yang menunjukkan seberapa besar individu percaya bahwa dirinya mampu, berarti, berhasil, berharga menurut standar dan nilai pribadinya sehingga dapat diterima secara sosial.

Aspek-aspek harga diri yang dikemukakan oleh Coopersmith (1967) meliputi: *significance* (keberartian), *power* (kekuatan), *competence* (kemampuan), dan *virtue* (kebajikan).

Mruk (2006) menjabarkan sumber-sumber harga diri meliputi: *acceptance versus rejection* (penerimaan versus penolakan), *virtue versus guilt* (kebajikan versus kesalahan), *influence versus powerlessness* (pengaruh versus ketidakberdayaan), dan *achievements versus failures* (keberhasilan versus kegagalan).

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Pasoepati yang menyaksikan pertandingan di stadion Manahan pada hari Minggu tanggal 29 April 2012. Jumlah anggota Pasoepati tersebut tidak diketahui secara pasti, tetapi diperkirakan sebanyak 5.000-10.000 orang. Penelitian ini menggunakan 50 anggota Pasoepati untuk pelaksanaan uji-coba dan 200 anggota Pasoepati untuk penelitian, mengacu pada rekomendasi dari Crocker dan Algina (dalam Azwar, 2003) yang menyarankan bahwa 200

orang sebagai jumlah sampel sudah cukup memadai pada populasi tak terbatas (*infinite population*).

Sampling yang digunakan adalah *quota incidental sampling*. Pasoepati dengan jumlah yang sudah ditentukan ditunjuk sebagai anggota sampel dan diberi kesempatan untuk mengisi skala psikologi yang digunakan dalam penelitian. Pemberian skala psikologi dilakukan secara insidental, yaitu ketika peneliti menemui anggota Pasoepati yang hendak menyaksikan pertandingan di stadion Manahan Solo.

Metode pengumpulan data menggunakan alat ukur berupa skala psikologi dengan jenis skala Likert. Ada tiga skala psikologi yang digunakan, yaitu:

1. Skala Kohesivitas Kelompok

Skala kohesivitas kelompok berdasarkan aspek yang dikemukakan Carron, dkk. (dalam Carron, dkk., 2001) dan Forsyth (2006), yang meliputi: ketertarikan individu pada tugas kelompok, ketertarikan individu pada kelompok secara sosial, kesatuan kelompok dalam tugas, kesatuan kelompok secara sosial, dan kerjasama.

2. Skala Komunikasi yang Efektif

Skala komunikasi yang efektif berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Tubbs dan Moss (2008), yaitu: *understanding* (pemahaman), *pleasure* (kesenangan), *attitude influence* (mempengaruhi sikap), *improved relationship* (memperbaiki hubungan), dan *action* (tindakan).

3. Skala Harga Diri

Skala harga diri berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Coopersmith (1967), yaitu: *significance* (keberartian), *power* (kekuatan), *competence* (kemampuan), dan *virtue* (kebajikan).

HASIL- HASIL

Penghitungan dalam analisis penelitian ini dilakukan dengan bantuan komputer program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 16.0.

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test* dengan taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil penghitungan, didapatkan nilai signifikansi kohesivitas kelompok 0,200; komunikasi yang efektif 0,097; serta harga diri 0,200. Oleh karena nilai signifikansi untuk seluruh variabel lebih besar dari 0,05; dapat disimpulkan bahwa data pada variabel kohesivitas kelompok, komunikasi yang efektif, dan harga diri berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara komunikasi yang efektif dengan kohesivitas kelompok serta hubungan antara harga diri

dengan kohesivitas kelompok menghasilkan nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05; maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel prediktor dengan variabel kriterium terdapat hubungan yang linear.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dapat diketahui bahwa nilai VIF kedua variabel prediktor, yaitu komunikasi yang efektif dan harga diri adalah 1,593. Nilai *tolerance* yang dihasilkan adalah 0,628. Hal tersebut menunjukkan bahwa antarvariabel prediktor tidak terdapat persoalan multikolinearitas karena nilai VIF yang didapat kurang dari 5 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1.

b. Uji Heteroskedastisitas

Metode pengujian untuk uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji *Park. Priyatno* (2008) menjelaskan bahwa uji *Park* yaitu meregresikan nilai residual ($Lnei^2$) dengan masing-masing variabel prediktor (LnX_1 dan LnX_2). Dari hasil penghitungan, didapatkan nilai t hitung adalah -0,629 dan 0,610. Karena $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$, nilai t_{tabel} adalah 1,972017; maka H_0 diterima, artinya pengujian antara $Lnei^2$ dengan LnX_1 dan $Lnei^2$ dengan LnX_2 tidak ada gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Otokorelasi

Pengujian otokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji DW (*Durbin-Watson*). Nilai D-W yang diperoleh sebesar 1,934; berada di antara -2 sampai +2 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat otokorelasi.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menghasilkan *p-value* $0,000 < 0,05$; sedangkan $F_{hitung} 107,701 > F_{tabel} 3,042$. Artinya, bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara komunikasi yang efektif dan harga diri dengan kohesivitas kelompok.

Nilai koefisien korelasi ganda (R) yang dihasilkan adalah 0,723 dan nilai koefisien determinasi R^2 (*R Square*) adalah 0,522 atau 52,2%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel prediktor memberikan kontribusi sebanyak 52,2% terhadap variabel kriterium, sisanya 47,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Nilai korelasi parsial antara komunikasi yang efektif dengan kohesivitas kelompok (r_{x1y}), variabel harga diri dikendalikan, adalah sebesar 0,592. Arah hubungan yang terjadi adalah positif, karena nilai r positif, artinya semakin tinggi komunikasi yang efektif, maka semakin tinggi kohesivitas kelompok. Nilai korelasi parsial antara harga diri dengan kohesivitas kelompok (r_{x2y}), variabel

komunikasi yang efektif dikendalikan, adalah sebesar 0,141. Arah hubungan yang terjadi adalah positif, karena nilai r positif, artinya semakin tinggi harga diri, maka semakin tinggi kohesivitas kelompok.

4. Kontribusi Komunikasi yang Efektif dan Harga Diri terhadap Kohesivitas Kelompok

Kontribusi komunikasi yang efektif dan harga diri dengan kohesivitas kelompok sebesar 52,2%, terdiri atas kontribusi komunikasi yang efektif sebesar 45,8% dan harga diri sebesar 6,4%.

5. Analisis Deskriptif

Hasil kategorisasi pada skala kohesivitas kelompok dapat diketahui bahwa responden secara umum memiliki tingkat kohesivitas kelompok yang tinggi dengan rerata empirik 106,39; serta pada skala komunikasi yang efektif dan harga diri secara umum responden berada pada tingkatan sedang dengan rerata empirik 88,36 dan 100,745.

PEMBAHASAN

Analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara komunikasi yang efektif dan harga diri dengan kohesivitas kelompok pada Pasoepati yang ditunjukkan dengan nilai korelasi (R) sebesar 0,723; dan didapat *p-value* $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 107,701 > F_{tabel} 3,042$ pada tingkat signifikansi 5%. Pola

hubungannya dinyatakan oleh persamaan regresi $Y = 17,79 + 0,8311X_1 + 0,1505X_2$. Variabel komunikasi yang efektif dan harga diri secara bersama-sama memiliki hubungan signifikan dengan kohesivitas kelompok. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif dan harga diri dapat dijadikan prediktor untuk memprediksi kohesivitas kelompok.

Kohesivitas kelompok pada Pasoepati secara umum tergolong tinggi. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil kategorisasi yang memperlihatkan 66% responden memiliki skor kohesivitas kelompok tinggi dan 34% lainnya memiliki skor kohesivitas sedang. Individu yang memutuskan bergabung menjadi bagian kelompok suporter telah siap akan konsekuensi yang harus dijalaninya sebagai anggota kelompok, yaitu turut menjaga eksistensi kelompok. Kontribusi anggota kelompok dapat dilakukan dengan cara tetap terikat/bertahan pada kelompok dan melaksanakan fungsi serta meraih tujuan kelompok. Hal tersebut berkaitan dengan kohesivitas kelompok yang diartikan Carron, dkk. (dalam Carron, dkk., 2001) sebagai proses dinamis yang terlihat melalui kecenderungan kelekatan dan kebersatuan kelompok dalam pemenuhan tujuan dan atau kepuasan kebutuhan afeksi anggota kelompok.

Setiap meningkatnya praktik komunikasi yang efektif dan harga diri pada Pasoepati, akan diikuti dengan kenaikan kohesivitas di dalam kelompok suporter tersebut. Anggota Pasoepati yang mampu menyampaikan

pemikiran maupun perasaannya dengan cara yang tepat di dalam kelompok, dapat menjadikan anggota yang lain memahami, menyetujui, bahkan mengikuti apa yang disampaikannya. Hal tersebut dapat menghindarkan konflik di dalam kelompok, dikarenakan minimnya kesalahpahaman yang muncul di antara anggota kelompok sebagai konsekuensi tercapainya efektivitas pada proses komunikasi yang mereka bangun. Kualitas hubungan interpersonal pun meningkat sehingga antaranggota kelompok dapat saling mempengaruhi, termasuk dalam aktivitas kelompok, yang turut meningkatkan kohesivitas di dalamnya.

Selanjutnya, anggota kelompok dengan penghargaan diri yang cukup dapat berperilaku sesuai tuntutan sosial yang ada. Harga diri tinggi yang dicapai anggota kelompok turut membawa konsekuensi positif pada kehidupan kelompok dengan adanya kesadaran akan kemampuan yang dimiliki. Keterdekatan dan pencapaian tujuan kelompok dapat terwujud secara maksimal seiring dengan semangat hidup berkelompok yang dimiliki anggota-anggotanya. Adapun praktik semangat hidup berkelompok terlihat melalui optimalisasi kualitas positif anggota kelompok, yang terealisasi dalam perilaku di dalam kelompok yang mengarah pada pelaksanaan fungsi dan tujuan kelompok yang mengacu pada kohesivitas.

Skor tertinggi pada skala komunikasi yang efektif terletak pada aspek *pleasure*

(kesenangan), dengan skor rata-rata sebesar 2,97. Terkadang komunikasi tidak ditujukan untuk menyampaikan pesan atau membentuk pengertian. Suasana hangat dan akrab dapat tercipta ketika anggota-anggota kelompok mengemas komunikasi sebagai hal yang menyenangkan. Keakraban para anggota kelompok dapat mendorong terciptanya kebersamaan dan rasa saling memiliki.

Kebersamaan dapat melekatkan hubungan interpersonal anggota kelompok. Hubungan yang lekat tersebut menjadikan anggota kelompok seolah saling terikat. Ikatan-ikatan di antara anggota kelompok dikatakan Forsyth (2006) dapat memunculkan kohesivitas kelompok.

Sama halnya dengan skala komunikasi yang efektif, di dalam skala harga diri juga terdapat aspek dengan skor paling tinggi di antara skor pada aspek lainnya, yaitu *significance* (keberartian), dengan skor rata-rata sebesar 2,85. Perasaan diterima oleh orang-orang sekitar membuat individu menyadari pengakuan orang lain atas keberadaan dirinya. Tanpa keterlibatan orang lain, individu tidak dapat merasakan perasaan diakui dan bermanfaat bagi sekitar. Oleh karena itu, orang lain dikatakan berperan dalam perwujudan rasa keberartian individu. Individu yang merasa diterima orang-orang di sekitarnya akan menerima pula keberadaan mereka. Penerimaan semacam ini dapat memperlerat hubungan yang telah terjalin, bahkan mencapai ikatan persahabatan. Ikatan persahabatan

menunjukkan individu yang saling menyukai. Rasa saling menyukai tersebut apabila terjalin pada anggota kelompok dikatakan Brown (dalam Taylor, 2009) dapat mengarahkan pada pencapaian level yang tinggi pada kohesivitas kelompok.

Nilai korelasi parsial antara komunikasi yang efektif dengan kohesivitas kelompok ditunjukkan dengan hasil $r_{x_1y-x_2}$ sebesar 0,592 dengan $p\text{-value}$ $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti secara parsial terdapat hubungan yang signifikan antara komunikasi yang efektif dengan kohesivitas kelompok pada Pasoepati.

Komunikasi yang efektif seringkali dapat memberikan dampak positif dan menguntungkan bagi pihak-pihak yang berkomunikasi, sehingga komunikasi yang efektif menjadi penting untuk dipraktikkan (Book, 1980). Pentingnya komunikasi yang efektif berlaku pula bagi hubungan antaranggota dalam kelompok karena komunikasi merupakan alat penghimpun kegiatan kelompok.

Praktik komunikasi yang efektif akan melekatkan hubungan antaranggota kelompok sejalan dengan perolehan kesenangan di dalamnya. Komunikasi yang efektif juga dapat mengarahkan anggota kelompok untuk melakukan tindakan-tindakan yang berkaitan dengan pemenuhan tujuan kelompok. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Liliweri (1994) yang mengatakan bahwa komunikasi yang efektif dapat mengubah atau

mempengaruhi pengetahuan seseorang dengan tercapainya kesamaan makna.

Komunikasi yang efektif yang dilakukan anggota kelompok suporter Pasoepati dapat mempertinggi kohesivitas kelompok di dalamnya dengan pencapaian kesukaan antaranggota dan tepatnya tujuan kelompok yang diraih.

Nilai korelasi parsial antara harga diri dengan kohesivitas kelompok ditunjukkan dengan hasil $r_{x_2y-x_1}$ sebesar 0,141 dengan p -value $0,047 < 0,05$. Hal ini berarti secara parsial terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dengan kohesivitas kelompok pada anggota kelompok suporter Pasoepati.

Harga diri yang rendah mengakibatkan individu menarik diri, merasa sedih, dan kurang pandai berperilaku sosial (Zanden, dkk., 2007). Kehidupan berkelompok menuntut individu untuk terampil berperilaku sosial. Kelangsungan kelompok, termasuk kohesivitas terwujud pada anggota kelompok dengan harga diri tinggi yang bersemangat menjalani kehidupan berkelompok serta mengembangkan hubungan sosial dengan anggota-anggota lain di dalam kelompok.

Perolehan harga diri yang tinggi pada anggota kelompok dapat mendatangkan kepuasan dalam kaitannya dengan hidup berkelompok. Sears, dkk. (1999) mengatakan bahwa kepuasan dan keterikatan senantiasa berjalan berdampingan dalam sebagian besar hubungan antarmanusia. Kepuasan yang dihasilkan dari

terwujudnya harga diri yang tinggi turut berperan dalam peningkatan kohesivitas kelompok sehubungan dengan keterikatan di dalamnya.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara komunikasi yang efektif dan harga diri dengan kohesivitas kelompok pada Pasoepati.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara komunikasi yang efektif dengan kohesivitas kelompok pada Pasoepati.
3. Terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dengan kohesivitas kelompok pada Pasoepati.

B. Saran

1. Untuk anggota kelompok suporter Pasoepati
Berdasarkan penelitian ini, masih terdapat anggota kelompok suporter Pasoepati dengan tingkat kohesivitas yang sedang. Oleh karena itu, anggota kelompok suporter Pasoepati perlu mempraktikkan komunikasi efektif dengan cara meningkatkan ketrampilan berkomunikasi, seperti: menyampaikan pesan dengan jelas sehingga mudah dipahami orang lain dan berusaha mendapatkan umpan-balik positif sebagai indikator efektivitas komunikasi. Selain itu, perlu dilakukan pula

peningkatan harga diri anggota kelompok suporter yang masih berada dalam tingkat sedang dengan cara mengembangkan penerimaan diri, dimulai dari diri pribadi yang kemudian mengarahkan pada penerimaan oleh orang lain, mengembangkan sikap kebajikan, dan menghimpun jiwa kepemimpinan. Untuk anggota Pasoepati dengan kohesivitas kelompok yang tinggi diharapkan tetap dapat mempertahankannya seiring dengan praktik komunikasi yang efektif dan pencapaian harga diri yang tinggi dalam kehidupan kelompok.

2. Untuk pihak pengurus kelompok suporter Pasoepati

Pengurus kelompok suporter Pasoepati diharapkan dapat memberikan pengarahan yang sesuai dalam rangka membangun komunikasi efektif dan harga diri yang tinggi, sehingga dapat mempertinggi kohesivitas kelompok pada anggota Pasoepati. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengadakan suatu bentuk diskusi agar anggota kelompok dapat mengkomunikasikan pemikiran bahkan perasaan terkait dengan hal-hal yang bersangkutan dengan kelangsungan kelompok.

3. Untuk penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk penelitian lebih lanjut dengan memperluas cakupan bahasan, misalnya memperbanyak responden penelitian,

serta meneliti pula variabel-variabel lain yang belum diteliti (usaha yang dibutuhkan untuk masuk dalam kelompok dan keberadaan ancaman eksternal atau kompetisi yang kuat).

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, C. 2011. Artikel Pembaca, Mengenai Prinsip Fair Play. *Internet* www.pasoepati.net. Diakses 14 Juni 2011.
- Andarias, W. 2010. Wah...Orang Indonesia Paling Banyak Nonton Piala Dunia. *Internet* www.tribunnews.com. Diakses 16 Desember 2011.
- Azwar, S. 2003. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Baron, R.A., Byrne, D. 2005. *Social Psychology 10th Edition* (Terjemahan Djuwita, R). Jakarta: Erlangga.
- Book, C.L. 1980. *Human Communication-Principles, Contexts, and Skills*. New York: St. Martin's Press, Inc.
- Branden, N. 1992. *The Power of Self-Esteem: An Inspiring Look at Our Most Important Psychological Resource*. Florida: Health Communication, Inc.
- Carron, A.V., Bray, S.R., & Eys, M.A. 2001. Team Cohesion and Team Success in Sport. *Journal of Sports Sciences*, Feb. 2002 v20 i2 p119(8).
- Coopersmith, S. 1967. *The Antecedents of Self-Esteem*. San Francisco: W.H. Freeman and Company.
- DeVito, J.A. 1995. *The Interpersonal Communication Book 7th Edition*. New York: Harper Collins College Publisher.
- Effendy, O.U. 2006. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Forsyth, D.R. 2006. *Group Dynamics 4th Edition*. United States of America: Thomson Learning, Inc.

- Gibson, J.L., Ivancevich, J.M., & Donnelly, J.H., Jr. 2000. *Organizations: Behavior, Structure, Processes 10th Edition*. United States of America: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Goble, F.G. 2000. *The Third Force, The Psychology of Abraham Maslow* (Terjemahan Supratiknya, A.). Yogyakarta: Kanisius.
- Jatmiko, L. 2011. Budaya Tanpa Rasis. *Artikel* pasoepti.net Digital Magazine Edisi Pertama: Maret, hal. 6-8.
- Jayakarta, 2010. Penonton Piala Dunia 2010. *Internet* www.kompasiana.com. Diakses 2 Januari 2012.
- Liliweri, A. 1994. *Perspektif Teoritis Komunikasi Antarpribadi (Suatu Pendekatan ke Arah Psikologi Sosial Komunikasi)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Mruk, C. J. 2006. *Self-Esteem Research, Theory, and Practice: Toward a Possitive Psychology of Self-Esteem 3rd Edition*. New York: Springer Publishing Company.
- Munandar, A.S. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI Press.
- Onengisme, A. 2011. Menuntut Janji Loyalitas Pasoepati. *Artikel* pasoepti.net Digital Magazine Edisi Kedua: April, hal. 40-43.
- Pasoepti.net Digital Magazine. 2011. Suporter Solo Memang Beda. *Artikel* pasoepti.net Digital Magazine Edisi Keempat: Juni, hal. 62-68.
- Priyatno, D. 2008. *Mandiri Belajar SPSS: Untuk Analisis Data dan Uji Statistik*. Yogyakarta: MediaKom.
- Rakhmat, J. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Robbins, S.P., Judge, T.A. 2008. *Organizational Behavior 12th Edition* (Terjemahan Angelica, D.). Jakarta: Salemba Empat.
- Robins, R.W., Tracy, J.L., Trzesniewski, K., Potter, J., & Gosling, S.D. 2001. Personality Correlates of Self-Esteem. *Journal of Research in Personality* 35, 463-482.
- Sears, D. O., Freedman, J. L., & Peplau, L. A. 1999. *Social Psychology 5th Edition* (Alih Bahasa Andryanto, M. dan Soekrisno, S.). Jakarta: Erlangga.
- Social Issues Research Center (SIRC). 2008. *Football Passions. Report of Research*. The Social Issues Research Center, 28 St Clemens Street Oxford.
- Soekanto, S. 1990. *Sosiologi, Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press.
- Supratiknya, A. 2008. *Tinjauan Psikologis Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suroso, Santi, D.E, dan Pramana, A. 2010. Ikatan Emosional terhadap Tim Sepakbola dan Fanatisme Suporter Sepakbola. *Jurnal Penelitian Psikologi*. Vol. 01, No. 01, hal. 23-37. Fakultas Psikologi. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Suryanto. 1996. Agresi Penonton Sepakbola. *Naskah Publikasi Tesis Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada.
- Taylor, S.E., Peplau, L.A., & Sears, D.O. 2009. *Social Psychology 12th Edition*. (Alih Bahasa Tri Wibowo B.S.). Jakarta: Prenada Media Group.
- Tubbs, S., Moss, S. 2008. *Human Communication: Principles and Contexts 11th Edition*. New York: McGraw Hill Companies, Inc.
- Zanden, J.W.V., Crandell, T.L, & Crandell, C.H. 2007. *Human Development 8th Edition*. New York: McGraw Hill Companies, Inc.