

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu elemen penting dalam komunitas ini adalah komunikasi kelompok. Dalam proses pembelajaran dan peningkatan *skill*, komunikasi kelompok berperan vital dalam menciptakan lingkungan yang kolaboratif. Melalui berbagai kegiatan termasuk workshop, hunting foto bersama, dan diskusi kelompok, anggota komunitas dapat bersenang-senang dan belajar *skill* baru untuk meningkatkan kemampuan fotografi mereka. Menurut Forsyth (2010), komunikasi dalam kelompok kecil memiliki dampak yang signifikan dalam mendorong diskusi dan kerja sama tim karena interaksi yang tenang yang membuat pembelajaran menjadi lebih efisien dan personal.

Prosedur dalam komunikasi terbagi menjadi 3 tahap, yaitu pesan dikirim oleh pengirim kepada penerima melalui jaringan, lalu proses pengiriman pesan, dan penafsiran penerima terhadap isi pesan pengirim. Pentingnya komunikasi berpengaruh besar pada manusia, terlebih bagi suatu organisasi atau komunitas, kualitas komunikasi dapat mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan tujuan yang ditetapkan. Salah satu elemen penting dalam komunitas ini adalah komunikasi kelompok, Dalam proses pembelajaran dan peningkatan keterampilan, komunikasi kelompok berperan vital dalam menciptakan lingkungan yang kolaboratif. Melalui berbagai kegiatan termasuk workshop, hunting foto bersama, dan diskusi kelompok, anggota komunitas dapat bersenang-senang dan belajar keterampilan baru untuk meningkatkan kemampuan fotografi mereka. Menurut (Forsyth 2010), komunikasi dalam kelompok kecil memiliki dampak yang signifikan dalam mendorong diskusi dan kerja sama tim karena interaksi yang tenang yang membuat pembelajaran menjadi lebih efisien dan personal.

Dalam Komunikasi Kelompok fenomena *Groupthink* salah satu keadaan dimana dalam suatu kelompok komunitas memiliki pemikiran yang sama untuk mencapai tujuan yang sama. Kelompok itu sendiri menjadi premis pertama dalam konsep *Groupthink* yang memiliki arti melekat satu sama lainnya.

Proses terbentuknya *Groupthink* dijelaskan oleh beberapa ahli sebagai fenomena psikologis yang berkembang secara bertahap dalam suatu kelompok yang kohesif. Irving Janis (1982) menyatakan bahwa *Groupthink* muncul ketika keinginan untuk mencapai konsensus atau kesepakatan mengesampingkan penilaian rasional terhadap alternatif keputusan. Menurut Janis, proses ini ditandai oleh munculnya tekanan internal agar anggota kelompok menghindari konflik dan mempertahankan harmoni, sehingga tercipta kondisi yang menekan adanya dissent atau ketidaksetujuan.

Schafer dan Crichlow (2010) menjelaskan bahwa *Groupthink* sering muncul dalam kelompok yang memiliki struktur hirarki informal, di mana terdapat satu atau beberapa anggota dominan yang secara tidak langsung mengarahkan keputusan kelompok. Akibatnya, anggota lain cenderung menyesuaikan diri dengan pendapat mayoritas, meskipun sebenarnya memiliki pandangan berbeda. Kondisi ini diperkuat oleh Baron *et al* (1992) yang menyatakan bahwa anggota kelompok sering kali mengalami *conformity pressure* atau tekanan sosial untuk menyetujui keputusan kolektif, terutama dalam kelompok yang homogen dan saling terikat secara emosional.

Dalam konteks komunitas Potopotokota, proses ini tampak dalam penyelenggaraan *event* seperti JAKARTASEPI19. Dalam diskusi pra-acara, mayoritas anggota mendukung format dan lokasi kegiatan yang telah ditentukan tanpa banyak evaluasi kritis. Saat salah satu anggota baru mencoba menyampaikan alternatif lokasi dengan alasan teknis dan keamanan, usulannya tidak ditanggapi secara terbuka. Ia merasa tidak percaya diri untuk menyampaikan argumen lebih lanjut karena adanya suasana bahwa keputusan utama sudah “disepakati”. Keadaan ini menunjukkan adanya gejala “*Illusion of Unanimity*” dan “*Direct Pressure on Dissenters*” yang menjadi bagian dari proses terbentuknya *Groupthink*, sikap ini ditunjukkan langsung dalam perkataan yang didengar langsung oleh anggota yaitu "Pernah lihat ada yang kasih ide beda, terus langsung dibales kayak, 'emang lo udah sering ikut?' Itu bikin saya makin mikir dua kali sebelum ngomong." (Kridho Hasnan Amaliah).

Menurut Irving Janis, fenomena *Groupthink* merupakan sebuah cara berfikir didalam kelompok, dimana anggota memiliki padangan yang sama untuk mencapai tujuan kelompok. Dengan adanya *Groupthink* dalam komunitas yang ditunjukkan dengan sebuah kekompakan anggotanya, hal ini dapat membentuk identitas suatu komunitas atau kelompok seiring berjalan waktu. Dengan bentuknya identitas kelompok yang disebabkan oleh *Groupthink* tersebut, maka suatu komunitas jadi memiliki ciri khas tersendiri oleh *Groupthink* tersebut, maka suatu komunitas jadi memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan dengan komunitas lain lainnya.

Dalam konteks komunikasi kelompok, *Groupthink* adalah kondisi di mana anggota kelompok cenderung menyamakan cara berpikir mereka demi mencapai kesepakatan bersama, meskipun hal tersebut mengorbankan penilaian kritis terhadap pilihan atau ide alternatif. Menurut Irving L. Janis (1982), *"Groupthink is a mode of thinking that people engage in when they are deeply involved in a cohesive in-group, when the members' striving for unanimity override their motivation to realistically appraise alternative courses of action."* Fenomena ini sering kali terjadi dalam kelompok yang sangat kohesif, di mana keinginan untuk menjaga keharmonisan dalam suatu komunitas menjadi lebih penting daripada evaluasi objektif.

Komunitas ialah kelompok individu yang memiliki ketertarikan yang sama terhadap suatu hal. Komunitas dapat berbentuk media atau biasa disebut fotografi. Minat setiap orang ada yang sama dan ada yang beragam (Muhammad 2019). Individu yang memiliki kegemaran dalam fotografi, dapat disatukan dalam komunitas fotografi. Fungsi dari komunitas ini adalah sebagai wadah komunikasi, pertukaran informasi, eksplorasi, dan penyampaian ide (Alsabirin 2022).

Fotografi merupakan salah satu bentuk seni yang paling erat kaitannya dengan teknologi, khususnya di era digital. Menurut (Sudjana 2000), fotografi tidak hanya sekedar bentuk ekspresi diri tetapi juga merupakan alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan cerita dan ide. Dalam konteks ini, komunitas foto foto kota menjadi penting sebagai sarana bagi para peserta untuk berbagi

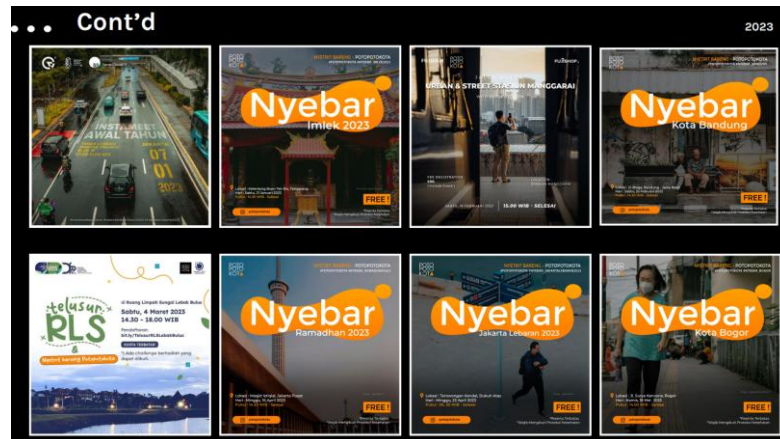
pengetahuan dan wawasan, baik melalui diskusi maupun praktik langsung. Komunitas fotografi tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkumpul, namun juga berfungsi sebagai lingkungan pembelajaran kolaboratif yang bermanfaat bagi seluruh peserta. “Memasuki tahun 2000an kegiatan fotografi alih-alih menjadi aktivitas segelintir profesional melainkan makin dinikmati dan digeluti juga oleh pehobi serius. Dengan ditemukannya teknologi digital, pemahaman teknik fotografi yang rumit dari era kamera film yang dianggap sudah menjadi masa lalu” (Burhanuddin, 2014).

Foto memiliki informasi dan makna yang hendak disampaikan. Beberapa persiapan seperti pengamatan terhadap objek, pembuatan konsep, dan persiapan alat merupakan prosedur penciptaan karya foto. Agar makna dari foto dapat disampaikan dengan baik oleh fotografer, maka diperlukan adanya pembuatan konsep. Hal ini serupa dengan fotografi komersil yang memiliki tujuan persuasif dan sarana penyampaian informasi atas suatu produk barang atau jasa (Kurniawan 2020).

Salah satu elemen penting dalam komunitas ini adalah komunikasi kelompok. Dalam proses pembelajaran dan peningkatan *skill*, komunikasi kelompok berperan vital dalam menciptakan lingkungan yang kolaboratif. Melalui berbagai kegiatan termasuk workshop, hunting foto bersama, dan diskusi kelompok, anggota komunitas dapat bersenang-senang dan belajar *skill* baru untuk meningkatkan kemampuan fotografi mereka. Menurut Forsyth (2010), komunikasi dalam kelompok kecil memiliki dampak yang signifikan dalam mendorong diskusi dan kerja sama tim karena interaksi yang tenang yang membuat pembelajaran menjadi lebih efisien dan personal.

Potopotokota adalah komunitas fotografi *Street & Urban* yang didirikan pada tahun 2020 dan berdomisili di Jakarta Kota. Anggota yang di hitung pertahun 2020 berkisar 150 orang, dalam updatenya ditahun 2024 Potopotokota memiliki anggota 200 dari berbagai wilayah seperti Bandung, Bogor dan juga Jakarta itu sendiri dan Potopotokota dalam fotografinya menggunakan berbagai peralatan untuk mengambil gambar seperti ponsel, kamera poket, kamera analog, kamera profesional, dengan cara Potopotokota memiliki ciri khas

seperti segala *device* bisa mengikuti atau gabung di dalam komunitas tersebut. Potopotokota juga mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan banyak orang dari berbagai daerah dan menyelenggarakan acara fotografi dengan tetap mempertahankan profesionalisme di setiap acara yang dibuatnya (Sumber Potopotokota Company Profile 2023)



Gambar 1. 1 Event Potopotokota yang dilaksanakan selama tahun 2023

Sumber : Official Company Profile Potopotokota

Pada Gambar 1.1 Potopotokota memiliki *Brands Partners* yang memiliki nama seperti FMO, Semen Tiga Roda, Vivo dan banyak lagi. Dari hal ini Potopotokota mempunyai keunggulan dari segi *Partners* yang tergabung. *Brands Partners* ini membuat Potopotokota semakin memperbesar jangkauan audiens yang lebih luas tidak hanya itu melalui *Partnership*, *brand* dapat mengenalkan produk dan layanannya kepada audiens yang lebih beragam dan luas, meningkatkan potensi untuk menarik pelanggan baru. Berdasarkan (Schiffman& Wisenblit 2015) pandangan konsumen terhadap suatu barang, merek, layanan, dan strategi pemasaran merupakan faktor dari citra merek.

Komunitas Potopotokota juga banyak memberikan referensi positif setiap feed yang mereka post seperti dipostingannya tentang Framing in *Street Photograpy* Potopotokota memberikan komentar positif seperti “Makasih min inspirasinya” yang di komentari oleh akun @khabib.jpg dan juga dalam postingan 5 Tahun Potopotokota eksis didunia fotografi banyak sekali komentar

positif dari beberapa *followers* yang mengikutinya contoh nya seperti “Sukses terus Potopotokota” yang di komentari oleh akun @csuterajaya.

Melalui komunikasi kelompok yang terbuka dan suportif, komunitas Potopotokota berhasil mendorong anggotanya untuk lebih percaya diri dalam mengeksplorasi kreativitas mereka. Dengan adanya diskusi yang terstruktur dan kegiatan yang melibatkan kerjasama, para anggota tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan untuk bekerja dalam tim dan menghargai perspektif orang lain.



Gambar 1. 2 Potopotokota memiliki kerja sama dengan Mitra ternama

Sumber : Official Company Profile Potopotokota

Pada Gambar 1.2 Potopotokota memiliki *Brands Partners* yang memiliki nama seperti FMO, Semen Tiga Roda, Vivo dan banyak lagi. Dari hal ini Potopotokota mempunyai keunggulan dari segi *Partners* yang tergabung. *Brands Partners* ini membuat Potopotokota semakin memperbesar Jangkauan audiens yang lebih luas tidak hanya itu melalui *Partnership*, *brand* dapat mengenalkan produk dan layanannya kepada audiens yang lebih beragam dan luas, meningkatkan potensi untuk menarik pelanggan baru. Menurut (Schiffman& Wisenblit 2015) citra merek mengacu pada persepsi konsumen terhadap komponen produk, layanan, merek, dan bagaimana konsumen mengevaluasi kualitas penawaran pemasaran.

Dalam konteks ini, komunikasi kelompok memainkan peran penting dalam meningkatkan *skill* para anggota komunitas. Menurut DeVito (2011), komunikasi kelompok adalah proses di mana individu-individu saling bertukar ide, informasi, dan perspektif untuk mencapai tujuan bersama. Dalam komunitas Potopotokota, komunikasi kelompok melalui kegiatan tatap muka atau platform digital memungkinkan para peserta untuk terus memberikan umpan balik dan dorongan, yang membantu mereka menjadi lebih termotivasi dan percaya diri. Namun, tantangan yang dihadapi komunitas ini adalah bagaimana memastikan komunikasi kelompok berjalan dengan efektif dan bagaimana setiap anggota, dengan latar belakang yang berbeda, bisa mendapatkan manfaat yang maksimal dari kegiatan yang dilakukan. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut bagaimana proses pembentukan *Groupthink* dalam suatu komunitas, serta bagaimana proses tersebut memberikan dampak jangka panjang pada perkembangan mereka sebagai fotografer.

Berdasarkan pertimbangan itu maka peneliti ingin mencari tahu bahwa Komunitas Fotografi memiliki karakteristik dari *Groupthink* dalam komunikasi kelompok dengan studi komunitas Potopotokota. Maka dengan ini peneliti mengambil judul penelitian “***Groupthink* Dalam Komunikasi Kelompok Komunitas Potopotokota**”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana proses pembentukan dalam komunitas Potopotokota?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan Untuk analisis proses pembentukan *Groupthink* dalam komunitas Potopotokota.

1.4 Manfaat Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah dan tujuan penelitian yang dipaparkan oleh penulis, manfaat yang diharapkan dapat berupa :