

Peran Kelompok Kohesivitas Pada Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Kelompok Istri Prajurit)

Rr.Anindiati Retno Adi, Intan Purnama Sari, Carlina Ulfah
Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung
e-mail: anindiati88@gmail.com, Intan221@gmail.com, Carlinaulfah02@gmail.com

Abstrak

Peran kohesivitas sebuah kelompok sangat berpengaruh terhadap keputusan bertindak. Tidak terkecuali dalam keputusan dalam pembelian sebuah produk. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan, menganalisis bagaimana peran kelompok dapat mempengaruhi tindakan seseorang dalam memutuskan sesuatu. Kelompok yang memiliki tingkat kohesivitas tinggi adalah kelompok para istri prajurit (Persit Kartika Chandra Kirana). Lingkungan sosial yang dekat menimbulkan faktor kedekatan yang sangat intim pada kelompok ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam kepada anggota Persit Kartika Chandra Kirana yang berada di asrama Zipur 9 Kostrad Ujung Berung Kota Bandung. Hasil penelitian ini memperlihatkan tingginya peran kohesivitas dalam keputusan bertindak dalam membeli sebuah produk. Dikarenakan banyaknya kegiatan yang dilakukan bersama dan tingginya frekuensi interaksi antar anggota. Kedekatan yang sangat intim itu menimbulkan persepsi yang sama antar anggota.

Kata kunci: Komunikasi Kelompok, Kohesivitas, Keputusan Pembelian, Persit.

Abstract

The role of group cohesiveness is very influential on action decisions. No exception in the decision to purchase a product. This study aims to find, analyze how the role of the group can influence a person's actions in deciding something. The group that has a high level of cohesiveness is the group of soldiers' wives (Persit Kartika Chandra Kirana). The close social environment creates a very intimate closeness factor in this group. This research uses a qualitative method with a case study approach. Data collection techniques through observation and in-depth interviews with Persit Kartika Chandra Kirana members who are in the Zipur 9 Kostrad dormitory Ujung Berung Bandung City. The results of this study show the high role of cohesiveness in the decision to act in buying a product. Due to the many activities carried out together and the high frequency of interaction between members. The very intimate closeness creates the same perception between members.

Keywords: Group Communication, Cohesiveness, Purchase Decision, Persit.

Pendahuluan

Lingkungan sosial merupakan salah satu yang dapat mempengaruhi seseorang atau kelompok untuk dapat melakukan sesuatu tindakan serta perubahan-perubahan perilaku setiap individu. Lingkungan sosial yang kita kenal antara lain lingkungan keluarga, lingkungan teman sebaya, dan lingkungan tetangga. Lingkungan sosial menurut (1) meliputi “semua kondisi-kondisi dalam dunia yang dalam cara-cara tertentu mempengaruhi tingkahlaku seseorang termasuk pertumbuhan dan perkembangan atau *life processe*, yang dapat pula dipandang sebagai penyiapan lingkungan (*to provide environment*) bagi generasi yang lain”.(2)

Dapat dimasukkan ke dalam lingkungan sosial adalah semua manusia yang ada di sekitar seseorang atau di sekitar kelompok. Lingkungan sosial sebagai interaksi pada sekelompok orang atau individu yang secara sukarela menempati kawasan atau tempat tertentu secara relatif permanen, dan terikat pada pranata sosial atau ketentuan yang dikembangkan dan diterima semua pihak yang terlibat,serta saling berinteraksi dan bekerja sama sesuai kedudukan dan peran masing-masing anggota untuk pemenuhan kebutuhan hidupnya.(3)

Supaya Agregat menjadi kelompok, diperlukan kesadaran pada anggota-anggotanya akan ikatan yang sama yang mempersatukan mereka. Kelompok mempunyai tujuan dan organisasi (tidak selalu formal) dan melibatkan interaksi di antara anggota-anggotanya (4). Hartinah (2009:72) menjelaskan bahwa ketertarikan pada kelompok ditentukan oleh kejelasan keberhasilan pencapaian tujuan karakteristik kelompok yang mempunyai hubungan dengan kebutuhan dan nilai-nilai pribadi, kerjasama antar kelompok, dan memandang kelompok tersebut lebih menguntungkan dibandingkan kelompok lainnya. Anggota kelompok biasanya antusias terhadap apa yang dikerjakan dan rela mengorbankan kepentingan pribadi dari kepentingan kelompoknya. Masing-masing anggota bersedia memikul tanggung jawab atas aktivitas guna memenuhi kewajibannya. Hal tersebut menunjukkan adanya kesatuan, ketertarikan, dan keserataan dari anggota kelompok yang merupakan definisi dari kohesivitas kelompok.(5) Kohesivitas kelompok mengacu kepada sejauh mana anggota kelompok saling tertarik antar satu sama lain dan merasa menjadi bagian dari anggota kelompok tersebut. Kelompok yang memiliki kohesivitas tinggi, maka setiap anggota kelompok akan memiliki komitmen yang tinggi pula. Kelompok yang memiliki kohesivitas rendah, tidak akan tertarik satu sama lain. Kohesivitas bergantung pada tingkat ketertarikan individu yang dimiliki setiap anggota kelompok. semakin anggota kelompok merasa tertarik dan makin sepakat mereka terhadap sasaran kelompok, maka semakin kohesi pula kelompoknya. (6)

Salah satu lingkungan sosial yang memiliki kelompok dengan kohesivitas tinggi adalah *lingkungan asrama militer*. Penelitian ini akan berfokus pada lingkungan asrama militer TNI-AD di Bataliyon Zipur 9 Kostrad. Ketika seorang prajurit masuk pada di kesatuan Bataliyon Zipur 9 Kostrad, Prajurit tersebut wajib tinggal di asrama militer kesatuan masing-masing. Hal ini dikarenakan program latihan fisik dan latihan keahlian tempur seperti menembak, bela diri, latihan tak tik perang dilaksanakan setiap hari secara terus menerus. Setelah menikah para prajurit akan diberikan satu rumah dinas sesuai dengan pangkat dan jabatannya. Para istri-istri prajurit otomatis akan menjadi anggota Persatuan Istri Prajurit Kartika Chandra Kirana atau di singkat Persit KCK, dan wajib mengikuti kegiatan Persit selama ia tinggal di asrama. Persit Kartika Chandra Kirana adalah organisasi Wanita yang anggotanya merupakan para istri-istri prajurit TNI-AD. Struktur Organisasi pada organisasi Wanita ini cukup unik, jabatan pada organisasi disesuaikan dengan pangkat dan jabatan suaminya. Bukan melihat kualifikasi pengalaman dan lamanya menjadi pengurus Persit. Contoh bila suaminya adalah Komandan Bataliyon secara otomatis istrinya akan menjadi Ketua Persit Kartika Chandra Kirana

pada kesatuan yang suaminya pimpin. Istri-istri perwira muda akan otomatis menjadi Ketua Seksi atau Ketua Persit KCK ranting / anak ranting walaupun usia mereka masih muda dan pengalaman mereka berorganisasi terbilang baru.

Lingkungan sosial di asrama militer sangat berbeda sekali dengan lingkungan sosial pada masyarakat kebanyakannya. Interaksi yang cukup intens dikarenakan kegiatan Persit yang sudah terjadwal dan terprogram setiap harinya. Interaksi itu akan menimbulkan komunikasi kelompok baik secara formal maupun informal. Menurut *Mc Lean*, komunikasi kelompok adalah sebuah proses dinamis di mana sebagian kecil orang terlibat dalam sebuah percakapan. Komunikasi kelompok secara umum didefinisikan sebagai pelibatan tiga hingga delapan orang. Semakin besar sebuah kelompok maka akan semakin mudah untuk memecahnya ke dalam beberapa kelompok yang lebih kecil. Sedangkan Menurut *Phil Venditti (2012)* komunikasi kelompok adalah pertukaran informasi antara mereka yang memiliki kesamaan secara budaya, linguistik, dan atau geografi.

Persit Kartika Chandra Kirana Yon Zipur 9 Kostrad memiliki struktur organisasi yang komplit. Ketua Persit Yon Zipur 9 merupakan istri dari Komandan Yon Zipur 9 Kostrad. Alur koordinasinya sama dengan alur komando pada parameter kedinasan. Oleh sebab itu, secara otomatis istri wakil komandan akan menjadi wakil Persit KCK. Dan istri-istri perwira staff juga akan menduduki jabatan ketua seksi seperti seksi organisasi,seksi ekonomi, sekretaris, seksi sosial, seksi budaya dan Yayasan. Ketua seksi akan memiliki 3-4 anggota yang berasal dari istri perwira pertama (danton), istri Bintara dan istri Tamtama. Setiap seksi memiliki fungsi dan tugas masing-masing. Setiap hari nya kegiatan seperti olah raga voli, tenis meja, bulu tangkis, *aerobic*, dan keterampilan dikoordinir oleh seksi kebudayaan. Setiap sebulan sekali akan ada rapat pengurus dan arisan untuk membahas kegiatan-kegiatan dan arahan dari satuan atas kegiatan ini diakomodir oleh seksi organisasi. Pertemuan anggota, posyandu, pemeriksaan Kesehatan pengarahan bimbingan dan mental adalah bagian seksi sosial yang diadakan setiap awal bulan. Kegiatan rutin tersebut secara alami akan menimbulkan *Interpersonal Attraction* (ketertarikan interpersonal) dan akhirnya terjadi kedekatan antar anggota kelompok yang terjadi secara alami. Barondan Bryne (2008) menuliskan bahwa kedekatan fisik antar dua orang atau lebih yang tinggal dalam satu lingkungan yang sama menunjukkan bahwa semakin dekat jarak geografis mereka semakin besar kemungkinan kedua orang (atau lebih) itu sering bertemu. Pertemuan tersebut akan menghasilkan penilaian positif sehingga timbul ketertarikan diantara dua orang atau lebih.

Persit Yon Zipur 9 Kostrad wajib tinggal di asrama militer dan membentuk keluarga di dalam asrama hingga suami pindah satuan atau purna tugas. Prajurit Yon Zipur 9 Kostrad sering sekali mendapatkan tugas operasi baik dalam negeri (Papua) maupun menjadi pasukan perdamaian (UNIFIL) ke luar negeri (Afrika & Libanon). Dengan demikian prajurit akan meninggalkan istri dan anak-anaknya dalam jangka waktu cukup lama. Pada saat suami bertugas tersebut para istri Prajurit Yonif 9 Kostrad tidak diperkenankan untuk keluar asrama tanpa ijin dan harus tinggal di dalam asrama hingga suami pulang bertugas. Karena hal tersebut para istri-istri prajurit sebagai kelompok saling tergantung satu sama lainnya. Hal ini menurut Mulyana (7) menunjukkan bahwa kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain, dan memandang individu sebagai bagian dari kelompok tersebut. Bertahannya suatu kelompok dikarenakan hubungan komunikasi yang terjalin dengan baik dan kesadaran bersama dari para anggota akan adanya suatu ikatan yang mempersatukan mereka.(8)

Seringnya beraktivitas dan berinteraksi bersama menimbulkan rasa persaudaraan yang kuat antar anggota kelompok. Dengan kesamaan memiliki status sebagai istri prajurit yang terikat aturan baik tertulis ataupun tidak tertulis dan dipedomani, ditaati, dilaksanakan selama kelompok menjadi anggota Persit Kartika Chandra Kirana. Faktor yang mempengaruhi pembentukan kelompok diantaranya kedekatan, frekuensi, interaksi, kesamaan, kelengkapan timbal balik, dan saling memberikan penghargaan(9). Dengan begitu juga mereka bisa membentuk kelompoknya yang belum sempurna menjadi kelompok yang sangat kompak. Hal ini menjadikan kelompok Persit Kartika Chandra Kirana

Zipur 9 Kostrad membentuk komunitas. Menurut (10) menjadi suatu komunitas diperlukan kesadaran anggota-anggotanya akan ikatan yang sama, yang mempersatukan mereka. Adanya ikatan di antara para anggota menimbulkan komunikasi dan interaksi baik secara personal maupun sosial.

Kekompakan atau kohesivitas menjadi hal yang diperlukan anggota dalam mencapai tujuan organisasi. Forsyth (2014) menjelaskan kohesivitas kelompok adalah bentuk integritas individu, solidaritas antar individu dan bentuk kesatuan di dalam kelompok. Menurut Hermaini (2016) kohesivitas kelompok merupakan bentuk kekuatan positif dan kekuatan negatif yang terdapat di dalam kelompok. Menurut Forsyth (2014) aspek-aspek kohesivitas kelompok adalah: a. Kohesi sosial adalah daya tarik antara satu sama lain diantara anggota sebagai bentuk keutuhan kelompok. b. Kohesi tugas adalah berbicara mengenai komitmen dan tanggung jawab individu pada kelompok untuk bekerjasama mewujudkan tujuan bersama. c. Kohesi kolektif merupakan sejauh mana individu merasakan kentalnya persaudaraan, rasa saling memahami, menyadari peran, rasa saling membutuhkan dan rasa saling memiliki individu masing-masing d. Kohesi emosi merupakan tingkat intensitas emosional di dalam sebuah kelompok dan kondisi emosional setiap individu ketika berada dalam kelompok. e. Kohesi struktural adalah kesatuan kelompok yang diperoleh dari kesamaan norma, kepedulian individu dan aturan kelompok, kuat tidaknya hubungan antar anggota.

Pada uraian yang telah disampaikan tidak hanya interaksi yang akan terjadi, tetapi akan timbulnya percakapan antar anggota kelompok baik secara formal dan informal. Salah satu percakapan yang sering dilakukan para anggota Persit Zipur 9 Kostrad yaitu saling bertukar informasi mengenai produk-produk yang dipakai di rumah ataupun produk yang digunakan untuk perawatan wajah dan tubuh. Tujuan Penelitian ini adalah mengetahui kohesivitas di kalangan anggota Persit Kartika Chandra Kirana Yon Zipur 9 Kostrad peran kelompok kohesi Persit KCK Zipur 9 Kostrad dalam memberikan input kepada keputusan para anggota Persit KCK Zipur 9 Kostrad saat membeli sebuah produk.

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini ingin menangkap realitas tentang bagaimana kohesivitas dalam Persit Kartika Chandra Kirana Yon Zipur 9 Kostrad dalam keputusan pembelian sebuah produk oleh anggotanya. Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber sebagai teknik pengumpulan data yang utama disamping observasi langsung ke anggota Persit Kartika Chandra Kirana Yon Zipur 9 Kostrad di Ujung Berung Kota Bandung dan didukung juga oleh studi literatur. Melalui wawancara mendalam penelitian ini penulis ingin memahami anggota dari Persit Kartika Chandra Kirana membentuk suatu kelompok dan kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama, sehingga peneliti merasa tertarik meneliti mengenai bagaimana faktor-faktor kohesivitas, dimensi kohesivitas dan ciri-ciri kohevititas kelompok dalam Persit Kartika Chandra Kirana Yon Zipur 9 Kostrad dalam tahapan-tahapan pengambilan keputusan pembelian produk.

Selain itu, penulis memilih untuk menggunakan studi kasus adalah karena komunitas ini memiliki keunikan dalam menjaga kekompakan di antara anggotanya sehingga mereka menganggap komunitas ini sebagai keluarga lain di luar keluarganya sendiri. Teknik pemeriksaan keabsahan data dengan triangulasi dan menggunakan teori percakapan kelompok dan teori *activity interaction sentiment*, sedangkan dalam keputusan pembelian penulis menggunakan teori *planned behavior* (perilaku terencana).(4)

Hasil dan Pembahasan

Kelompok Persit KCK Yon Zipur 9 Kostrad masuk kedalam kelompok primer dikarenakan kelompok ini tinggal di satu wilayah yang sama dalam jangka waktu yang lama dan hidup bertetangga. Kelompok primer adalah berkumpulnya dua orang atau lebih dalam suatu pola hubungan yang bersifat langsung, intim, dan bersifat pribadi. (Fattah, 2015, hl 92).

Kehidupan sosial yang berbeda dengan kehidupan bertetangga kelompok lainnya yaitu kehidupan sosial bernuansa militer, salah satu kehidupan pada asrama militer adalah adanya bunyi-bunyi terompet yang menandakan dan mengingatkan suatu kegiatan. Seperti terompet bangun jam 05.30 pagi semua diwajibkan prajurit dan keluarga di dalam ksatrian (istilah asrama militer lainnya) telah bangun dan mematikan lampu-lampu. Petugas yang melaksanakan piket jaga akan berkeliling untuk mengecek rumah-rumah dan menegur bila rumah tersebut lampu depannya belum dimatikan.

Lalu terompet persiapan apel, biasanya ini di bunyikan saat akan persiapan apel 20 menit sebelum terompet apel dibunyikan. Bila terompet apel sudah dibunyikan seluruh prajurit harus sudah berada di lapangan untuk diambil jam Komandan. Hasil wawancara yang penulis lakukan bunyi terompet ini juga bisa sebagai bahasa percakapan antar anggota Persit untuk melakukan kegiatan Persit. Seperti bila ada kunjungan kerja dari Panglima Divisi Persit dari pagi harus siap juga berada di Mako (Markas Komando) untuk melaksanakan persiapan dan penyambutan. Istri Perwira akan memberikan kode melalui WhatsApp Grup “kumpul saat terompet apel”. Dan semua anggota Persit akan mengerti bahwa mereka diperintahkan untuk kumpul jam 07.00 pagi. Hal lainnya yang menjadi keunikan dalam kehidupan asrama militer yaitu setiap jam 07.00 pagi dan 18.00 sore akan terdengar terompet kenaikan dan penurunan bendera. Semua orang yang ada di dalam ksatrian harus menghentikan kegiatannya dengan posisi berdiri dan diam ke arah lapangan hingga suara terompet berakhir. Hal ini jelas merupakan ciri dari kelompok yang kohesif. Kelompok yang kohesif menurut Faturochman dalam (Irawan, 2014 : 18) bila memiliki beberapa hal berikut. Salah satunya yaitu setiap anggotanya komitmen tinggi dengan kelompoknya dan ada keterikatan antar anggota sehingga relasi yang terbentuk menguatkan jaringan relasi di dalam kelompok.(12)

Kohesivitas kelompok Persit Kartika Chandra Kirana dilihat dari kualitas hubungan anggota dalam kelompok yang sangat erat dan selalu menjaga kebersamaan, mempertahankan keanggotaan mereka dalam kelompok. Kohesivitas biasanya dianggap sebagai suatu kekuatan dalam sebuah kelompok (9). Kohesivitas penting bagi suatu kelompok karena ia menyatukan beragam anggota menjadi satu kelompok. Dalam hal ini kesamaan yang ada pada anggota Persit KCK adalah kesamaan sama-sama memiliki status sebagai istri prajurit dan terikat dengan aturan TNI AD yang tentu akan terus melekat selama individu menjadi anggota). Komposisi kelompok dapat menjadi sangat penting karena komposisi dapat mempengaruhi sejumlah karakteristik lainnya (9) dan hasil yang dapat dicapai oleh kelompok. Kelompok homogen seperti kelompok Persit KCK akan lebih kohesif dibandingkan kelompok-kelompok heterogen lainnya.

Ciri-ciri kelompok Persit KCK Yon Zipur 9 Kostrad memiliki kohesivitas dapat dilihat dari beberapa ciri, yakni memiliki identitas dalam kelompoknya. Anggota Persit akan mendapatkan KTA (Kartu Tanda Anggota) yang di tandatangani oleh Ketua Persit di level lebih tinggi dari Cabang (Bataliyon). Identitas lain dapat dilihat saat melaksanakan kegiatan

seperti pertemuan rutin anggota para anggota kelompok menggunakan pakaian seragam, jilbab, tas, sepatu dengan merek dan warna yang sama. Setiap anggota kelompok akan merasakan keberhasilan dan kegagalan yang sama misal ketika bataliyon zipur 9 terpilih menjadi pasukan perdamaian PBB (UNIFIL) hal ini menjadi kebanggaan dan keberhasilan bersama. Setiap anggota kelompok saling bekerja sama dan gotong royong hal ini dapat dilihat dari anggota Persit KCK yon Zipur 9 Kostrad membersihkan lingkungan dalam rangka lomba kebersihan dan melaksanakan lomba-lomba lainnya saat HUT Persit di bulan maret, setiap tahunnya latihan dan persiapan dilaksanakan tanpa paksaan dan secara sukarela.

Untuk menggambarkan lebih jelas lagi kohesivitas yang terjadi di dalam kelompok Persit KCK Yon Zipur 9 Kostrad peneliti akan membahas dari hasil penelitian yang telah peneliti analisis menurut Fortsyth (2006) aspek- aspek dalam mengukur kohesivitas sebuah kelompok dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk, yaitu sebagai berikut:

Motivasi dan Keterikatan Individu menjadi bagian dari Kelompok

Dengan menggunakan teori *activity interaction sentiment*, peneliti menafsirkan motif individu ingin menjadi anggota Persit adalah karena ketertarikannya memiliki pasangan seorang abdi negara yang secara faktor ekonomi bisa menjamin kehidupan secara mapan individu tersebut, dan ada rasa kebanggaan pada individu tersebut bila memiliki pasangan seorang Prajurit.

Peneliti dapat melihat kegiatan-kegiatan secara langsung terhadap kelompok Persit KCK Yon Zipur 9 Kostrad. Secara individu mereka diharuskan melaksanakan kegiatan yang setiap harinya mempertemukan mereka, dan para individu itu diarahkan masuk dalam organisasi Persit yang memiliki pakem tersendiri. Secara keseluruhan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan dapat mengembangkan kreativitas dan disalurkan melalui perlombaan-perlombaan antar bataliyon di moment-moment penting.

Persit KCK Yon Zipur 9 Kostrad dapat terjalin ketika dalam sebuah kelompok tersebut ada keterikatan dan ketertarikan dari setiap individu. Faktor yang memengaruhi selain keterikatan dan ketertarikan diantaranya seperti kegiatan, frekuensi interaksi, kesamaan, kelengkapan timbal balik, dan saling memberikan penghargaan dapat mendorong suatu kelompok. Sehingga Persit KCK Yon Zipur 9 Kostrad dapat membentuk kelompok yang sangat kompak.

Pada individu yang tergabung dalam kelompok Persit KCK Yon Zipur 9 Kostrad akan diajarkan bagaimana berkomunikasi dan bertingkah laku dengan sesama anggota yang disebut dengan "Etika Persit". Etika Persit merupakan aturan dalam ber tata krama dengan sesama anggota Persit sesuai dengan pangkat dan jabatan pasangan individu tersebut. Kata ijin, siap, mohon petunjuk merupakan bahasa percakapan sehari-hari yang dilakukan kepada para anggota kelompok istri atasan dan senior pasangan mereka. Sikap dan tingkah laku kepada sesama anggota kelompok dan masyarakat di luar pun diatur dengan ketat dan berulang kali menjadi perhatian yang ditekankan oleh Ketua Persit Pusat. Para Ketua Persit cabang dan

ranting memiliki tugas dan tanggung jawab memberikan pengarahan terus menerus kepada anggota Persit agar bertindak tidak sampai melanggar aturan yang telah ditentukan oleh TNI AD. Para individu akhirnya memiliki rasa melindungi dan saling mengingatkan antar anggota Persit karena bila ada anggota Persit yang melakukan pelanggaran akan menjadi kerugian bagi keseluruhan anggota Persit tersebut.

Faktor-faktor yang membentuk Kohesivitas dalam Kelompok

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, peneliti menemukan tiga faktor yang mempengaruhi kohesivitas kelompok menurut Robbins dalam (Qomaria et.,2011), yaitu lamanya waktu bersama, penerimaan di masa awal dan ukuran kelompok. Hasil wawancara yang telah dilakukan anggota persit telah tinggal bertetangga di asrama militer selama 3-8 tahun. Penerimaan di masa awal, menjadi anggota Persit tidak bisa begitu saja diterima, ada rangkaian proses menghadap sebelum sah menjadi anggota Persit. Proses menghadap itu bermula dari istri komandan, wakil komandan hingga senior-senior lalu pengurus Persit KCK dari seksi organisasi akan terlebih dahulu memberikan “pelajaran ekstra” dan memperkenalkan bagaimana kehidupan di asrama dan etika serta tata krama yang harus di jalani para anggota baru. Setelah rangkaian tersebut dijalani para anggota Persit baru ini akan di perkenalkan sebagai “warga baru” saat pertemuan anggota dan wajib memperkenalkan diri dengan tata bahasa yang telah diatur. Pada saat perkenalan, Anggota baru pun harus menampilkan sebuah keahlian seperti menyanyi, membaca puisi, pidato, *standup comedy*, menari dan sebagainya. Moment “penerimaan warga baru” ini lah yang akan menjadi kenangan yang akan terus diingat oleh Anggota Persit Kartika Chandra Kirana Yon Zipur 9 Kostrad walaupun nantinya individu tersebut tidak lagi menjadi anggota Anggota Persit Kartika Chandra Kirana Yon Zipur 9 Kostrad.

Terakhir ukuran kelompok, Persit Kartika Chandra Kirana merupakan salah satu organisasi wanita yang merupakan afiliasi dari TNI AD yang tetap bisa bertahan walaupun perkembangan zaman telah berubah. Parameter ukuran kelompok ini adalah jumlah prajurit yang telah menikah. Di bataliyon Zipur 9 Kostrad sendiri 250 prajurit telah menikah otomatis jumlah anggota Persitnya juga sama. Ukuran kelompok Persit Yon Zipur 9 Kostrad dapat diklasifikasikan sebagai ukuran kelompok besar, Menurut Bebe dan Masterson (2003) (13) kelompok besar sebagai suatu kelompok yang terdiri lebih dari 20 orang yang memungkinkan berlangsungnya proses tatap muka di antara orang-orang yang memiliki tujuan bersama, orang-orang yang ada didalamnya saling mempengaruhi satu dengan yang lain.

Sesuai dengan *teori activity interaction sentiment*, digagas oleh George C Homans asumsi dari teori ini adalah kelompok terbentuk karena dipengaruhi tiga hal yakni aktivitas, interaksi dan sentiment(7). Setelah pengamatan yang dilakukan peneliti ketiga hal tersebut terjadi pada kelompok Persit Kartika Chandra Kirana Yon Zipur 9 Kostrad. aktivitas bersama hampir dilakukan setiap hari, dan intensitasnya akan bertambah bila ada momen-momen penting terjadi seperti HUT Persit KCK, HUT Kemerdekaan Indonesia, HUT TNI-AD, Hari Kartini dan moment penting lainnya. Interaksi yang terjadi sangat intens, dimana bila kita melihat bentuk perumahan militer rumahnya tidak berjarak dan tidak berpagar hal ini mempermudah setiap individu untuk saling mengenal.

Lalu aktivitas diluar kegiatan Persit juga sering mereka lakukan seperti berbelanja bersama, pergi ketempat wisata bersama, makan di restoran bersama dan rutin melakukan arisan setiap bulannya. Dari aktivitas dan interaksi yang dilakukan bersama lahirnya sentiment terhadap kelompok. Sentiment berupa emosi atau perasaan yang terikat satu sama lain. Hal ini

terbukti dari bagaimana perhatian antar individu di dalam kelompok ini sangatlah besar, bila ada yang sakit hingga di rawat di Rumah Sakit para anggota kelompok ini akan bergantian menunggu di rumah sakit dan dengan sukarela merawat anaknya di asrama. Ketika ada acara syukuran yang dilaksanakan salah satu anggota kelompok baik ulang tahun anak, atau khitanan tanpa perlu di diminta para anggota ini akan membantu secara sukarela seperti memasak, mendekorasi rumah, hingga membersihkan rumah.

Peran Kelompok dalam keputusan pembelian produk.

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) pengertian keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah orang lain, faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan. Apakah kohesivitas kelompok pada Anggota Persit Kartika Chandra Kirana Yon Zipur 9 Kostrad berperan pada keputusan pembelian. Setelah penulis mengamati dengan melakukan wawancara mendalam, peranan kelompok sangatlah besar dan kuat.

Pengambilan keputusan dalam pembelian produk menurut Kotler (1984) dalam Paulus (5) akan ada lima tahap dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen yaitu salah satunya pengenalan informasi. Biasanya pencarian informasi meningkat tatkala konsumen mulai bergerak dari keputusan situasi pemecah masalah yang terbatas ke pemecahan masalah yang lebih luas. Yang menjadi pusat perhatian adalah sumber - sumber informasi pokok yang akan diperhatikan konsumen dan pengaruh relatif dari setiap informasi itu terhadap rangkaian keputusan membeli.

Sumber-sumber informasi konsumen terbagi menjadi empat kelompok, yaitu: a. Sumber pribadi (keluarga, teman, kenalan, tetangga) b. Sumber niaga (periklanan, petugas penjualan, penjual, bungkus dan pameran) c. Sumber umum (media massa, organisasi konsumen) d. Sumber pengalaman (pernah menangani, menguji produk). Pada kelompok Persit KCK faktor informasi sumber pribadi yang berasal dari kelompok lebih dipercaya. Dari hasil wawancara, mereka akan ikut membeli sebuah produk bila produk tersebut juga telah dipakai oleh anggota lain. Salah satu produk yang memiliki merek sama dan dipakai semua anggota kelompok yaitu *skin care*. Ketika penulis menanyakan kenapa menggunakan *skin care* tersebut, dijawab karena melihat anggota lain ada yang menggunakan sehingga timbul ketertarikan, lalu membicarakan *skin care* tersebut di saat berkumpul dan melakukan aktivitas serta kegiatan bersama.

Kohesivitas tinggi juga berpengaruh pada keputusan untuk tidak membeli suatu produk. Salah satu anggota Persit yang penulis wawancarai merencanakan akan membeli produk mesin cuci dengan merek tertentu, dari harga kualitas yang di gambarkan melalui iklan di media massa individu ini telah memiliki keyakinan dan sikap untuk membeli. Tetapi akhirnya berubah untuk tidak membeli dikarenakan saat terjadinya percakapan kelompok. Karena kedekatan antar anggota kelompok mereka selalu menceritakan apa yang akan mereka lakukan. Percakapan kelompok menghasilkan suatu rekomendasi yang buruk tentang merek mesin cuci yang akan dibeli oleh individu tersebut. Hal ini jelas sesuai dengan apa yang *Theory of Planned Behavior* (TPB) dijelaskan bahwa sikap terhadap perilaku, *norma subjective* dan persepsi pengendalian diri akan memunculkan sebuah niat untuk melakukan perilaku. *Actual Behavioral Control* (kontrol perilaku nyata) akan terjadi apabila seseorang ingin melakukan

niat yang dimiliki (8). Ketika membeli suatu produk tanpa memiliki banyak kendali diri sendiri. Seorang *customer* tidak hanya membutuhkan lebih banyak sumber daya, misalnya waktu atau informasi, tetapi juga rekomendasi dari kelompok rujukannya. Dengan adanya faktor ini berpengaruh pada sikap (*behavior belief*) yaitu keyakinan bahwa akan berhasil atau tidaknya dalam suatu tindakan. Kemudian terhadap *norma subjektif normative (Belief)* yaitu keyakinan bahwa suatu individu mampu melakukan tindakan karena didukung oleh sumbernya internal dan eksternal. Pada penelitian ini dukungan sumber internal yaitu kelompok kohesif yang berpengaruh sangatlah kuat.

Kekuatan Kohesivitas Kelompok Dalam Pembelian Produk

Besar kecilnya kekuatan kohesivitas kelompok terhadap perilaku individu biasanya tergantung dari sifat-sifat dasar individu, produk yang ditawarkan, juga pada faktor-faktor sosial spesifik. Informasi tentang produk dan pengalaman menggunakan produk tersebut, memperoleh informasi lengkap tentang hal tersebut karena saran dan contoh dari anggota kelompoknya dan mereka percaya akan rekomendasi anggota kelompoknya tersebut. Kredibilitas dan daya tarik dan kekuatan kelompok kohesivitas dapat mengidentifikasi sikap konsumen dan perubahan perilaku dalam membeli.

Keputusan pembelian merupakan perilaku yang berasal dari tanggapan aksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Individu dalam menentukan sikap untuk membeli suatu produk didasari oleh pandangannya terhadap produk dan proses belajar baik dari pengalaman ataupun dari yang lain. Sikap dan keyakinan merupakan daya kuat dan langsung mempengaruhi persepsi serta perilaku konsumen(14). Sikap dan perilaku dalam memutuskan pembelian produk bagi kelompok yang memiliki kohesivitas tinggi sangatlah kuat, seorang individu dalam membeli suatu produk tidak hanya mempertimbangkan baik dan buruk, menguntungkan atau tidak menguntungkan tetapi akan mempertimbangkan bagaimana pendapat dan persepsi kelompok terhadap produk tersebut.(4)

Dalam penelitian ini, hasil dari wawancara yang penulis lakukan bahwa anggota kelompok tanpa banyak bertanya dan berpikir akan membeli produk seperti pakaian olah raga, sepatu olah raga, sepatu untuk seragam Persit, jilbab yang direkomendasikan oleh Ketua Persit. Hal ini dikarenakan tingkat kredibilitas Ketua Persit paling tinggi di antara anggota kelompok lainnya.

Hal ini sejalan dengan teori Ajzen, Menurut Mahyarni (2013) dalam(4) teori Ajzen mengenai sikap seseorang untuk berperilaku dapat diprediksi dengan tiga hal yaitu *attitude toward the behavior* (sikap terhadap perilaku) yang merupakan keseluruhan dari evaluasi seseorang mengenai positif atau negatifnya untuk menampilkan suatu perilaku tertentu, kemudian ada *subjectivenorm* (norma subjektif) yang merupakan suatu kepercayaan seseorang mengenai tuntutan dari orang lain yang dianggap penting untuknya dan bersedia untuk menampilkan suatu perilaku tertentu sesuai dengan tuntutan, dan yang terakhir yaitu *perceived behavioral control* (persepsi pengendalian diri) yang merupakan persepsi seseorang tentang kemampuan untuk menampilkan suatu perilaku tertentu. Faktor Keyakinan (*Belief*) merupakan dasar penggerak dalam berperilaku. Dalam hal ini berperilaku dalam mengambil keputusan pembelian produk.(15).

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa bahwa kelompok Persit Kartika Chandra Kirana memiliki tingkat kohesivitas yang tinggi. Dilihat dari dalam kelompok Persit kartika

chandra melakukan kegiatan bersama, tingkat frekuensi interaksi aktif, kelengkapan timbal balik, dan saling menghargai antar sesama kelompok Persit KCK Yon Zipur 9 Kostrad sehingga antar anggota kelompok merasakan adanya faktor kedekatan yang sangat intim. Keintiman dalam kelompok tersebut ditandai dengan sikap keterbukaan, saling berbagi pikiran dan perasaan, komitmen dalam menjaga hubungan yang menimbulkan keterkaitan, kehangatan, dan kepercayaan satu sama lain yang dapat memotivasi suatu kelompok. Kedekatan dan keintiman tersebut mempengaruhi Sikap perilaku individu dalam keputusan pembelian barang di pengaruhi oleh keyakinan seseorang akan kebutuhan orang lain, yang dianggap penting bagi mereka dan yang bersedia berperilaku sesuai dengan kebutuhan, dan persepsi seseorang tentang kemampuannya untuk berperilaku dengan cara tertentu untuk diungkapkan.

References

1. Barokah N, Yulianto A, Pendidikan Ekonomi J, Ekonomi F. Pengaruh Lingkungan Sekolah, Self Efficacy, Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan Tinggi Dengan Prestasi Belajar Sebagai Variabel Mediasi. *Economic Education Analysis Journal* [Internet]. 2019;8(2):434–52. Available from: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
2. Penulis Novia Ruth Silaen T, Nyoman Wiratanaya G, Mustika A, Setya Ratri W, Haris I, Muniarty P, et al. *SOSIOLOGI KOMUNIKASI*. 2020 [cited 2023 Jun 19]; Available from: www.penerbitwidina.com
3. JONNY PURBA. *PENGELOLAAN LINGKUNGAN SOSIAL*. 2005.
4. Jalaluddin R. *Psikologi Komunikasi*. 4th ed. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya; 2022.
5. Kohesivitas Kelompok (Pengertian, Aspek, Faktor dan Cara Meningkatkan) [Internet]. [cited 2023 Jun 20]. Available from: <https://www.kajianpustaka.com/2020/01/kohesivitas-kelompok.html>
6. *Sosiologi Komunikasi: (Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas)* - Mahyuddin, M.A. - Google Books [Internet]. [cited 2023 Jun 19]. Available from: <https://books.google.co.id/books>
7. Mulyana D. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya; 2019.
8. Ruliana PopyPLEstari. *Teori Komunikasi*. Depok: PT.RajaGrafiindo Persada; 2019.
9. Gabriella E, SATMOKO SR, Mardiningsih D. *PENGARUH PERAN KELOMPOK TANI TERHADAP KOHESIVITAS DI KELOMPOK TANI TRANGGULASI DESA BATUR, KECAMATAN GETASAN, KABUPATEN SEMARANG*. 2020 [cited 2023 Jun 20]; Available from: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>
10. Anshorie A. *PERANAN KOMUNIKASI KELOMPOK DALAM MENCIPTAKAN KEHARMONISAN ANTAR ANGGOTA KOMUNITAS PENGAJIAN BAROKAH SEKUMPUL MUSHOLA AR-RAUDAH LOA BAKUNG SAMARINDA* [Internet]. 2015. Available from: <http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/>
11. Hermaini AA dan Munthe. *Psikologi Kelompok*. jakarta: PT. Raja Grafindo Persada; 2016.
12. Bimo. Walgito. *Psikologi Kelompok*. 1st ed. Yogyakarta: Andi Offset; 2007.
13. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis - Freddy Rangkuti* - Google Books [Internet]. [cited 2023 Jun 11]. Available from: <https://books.google.co.id/books>
14. Kotler P, Armstrong G. *Prinsip-Prinsip PEMASARAN*.
15. *Aliansi Strategis pada Bisnis: Pengertian & Keuntungannya* [Internet]. [cited 2023 Jun 11]. Available from: <https://www.jurnal.id/id/blog/aliansi-strategis-pada-bisnis-pengertian-keuntungannya/>