

SOCIAL PRESENCE DAN SENSE OF COMMUNITY PADA ANGGOTA KOMUNITAS SENI

Audhrie Fernanda, Rachmawati

Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sriwijaya

e-mail: audhrie.fernanda@gmail.com, rama_psikologi@unsri.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara social presence dengan *sense of community* pada anggota komunitas seni. Hipotesis penelitian ini ialah *social presence* memiliki hubungan dengan *sense of community* pada anggota komunitas seni Universitas Sriwijaya. Sampel penelitian sebanyak 100 orang. Teknik sampling menggunakan *sampling kuota*. Kuota sampel penelitian UKM Harmoni sebanyak 70 orang dan Komunitas X sebanyak 30 orang serta kuota sampel uji coba untuk UKM Harmoni adalah sebanyak 20 orang dan Komunitas X sebanyak 10 orang. Alat ukur yang digunakan adalah skala *social presence* dan *sense of community* yang mengacu pada dimensi *social presence* dari Biocca, Harms, dan Gregg (2001) dan elemen *sense of community* dari McMillan dan Chavis (1986). Analisis data menggunakan analisis korelasi *Pearson-Product Moment*. Hasil analisis *Product Moment* menunjukkan $R = 0,455$ dan $P = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil menunjukkan bahwa *social presence* memiliki hubungan yang signifikan dengan *sense of community* sebesar 45,5%. Dengan demikian hipotesis yang diajukan diterima.

Kata kunci: Komunitas, Sense of Community, Social Presence.

Abstract. The study objective is to determine the relationship between social presence and sense of community among members of art communities at Sriwijaya University. The hypothesis of the study is that social presence has a relationship with the sense of community among members of art community. The research samples were 100 people chosen using quota sampling techniques. The quota for UKM Harmoni research sample was 70 people and Community X was 30 people and the quota of try out sample for UKM Harmoni was as many as 20 people and Community X as many as 10 people. The instruments used were social presence and sense of community scales that refer to the social presence dimensions from Biocca, Harms, and Gregg (2001) and sense of community elements from McMillan and Chavis (1986). Data analysis was using Pearson-Product Moment correlation. The results of the Pearson-Product Moment analysis show $r = 0.455$ and $P = 0,000$ ($p < 0.05$). The results show that social presence has a significant relationship with sense of community of 45.5%. Thus the proposed hypothesis is accepted.

Keywords: Community, Sense of Community, Social Presence.

PENDAHULUAN

Manusia tidak bisa hidup tanpa bermasyarakat sehingga manusia harus hidup dalam masyarakat demi keberadaan (eksistensi) dan kesejahteraannya (Hossain dan Ali, 2014). Cooley (1922) mengatakan bahwa bentuk-bentuk sederhana dari hubungan yang akrab atau "kelompok primer," dapat mengembangkan sifat sosial yang ada dalam diri manusia, terutama hubungan dengan keluarga dan lingkungan, yang kemudian ditemukan pada diri individu dengan cara yang terbilang sama.

Sosialitas atau bersosialisasi merupakan naluri alami dari manusia dimana semua kualitas manusia seperti berpikir, bertanya, belajar bahasa, bermain dan bekerja hanya dikembangkan pada saat manusia ada di dalam masyarakat dan semua ini berkembang melalui kebutuhan manusia untuk berinteraksi dengan orang lain (Hossain dan Ali, 2014).

Sehubungan dengan kebutuhan manusia dalam berinteraksi, salah satu hal yang dapat memfasilitasi hal tersebut adalah dengan bergabung atau menjadi bagian dari sebuah komunitas. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2012), komunitas merupakan kelompok organisme (orang dan sebagainya) yang hidup dan saling berinteraksi di dalam daerah tertentu. Heller (dalam Wibowo, Pelupessy, Narhetali, dan Fairuziana, 2017) membagi komunitas dalam dua jenis, yaitu *community as locality* (komunitas lokal) dan komunitas relasional. Komunitas lokal adalah komunitas yang berkembang berdasarkan kedekatan tempat tinggal anggotanya, sedangkan komunitas relasional ialah berupa hubungan antar manusia yang tidak terbatas wilayah tempat tinggal saja, melainkan karena adanya hubungan antar pribadi, seperti kelompok pertemanan yang memiliki hobi, minat dan kepentingan yang sama.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis komunitas relasional sebagai sampel penelitian. Komunitas relasional yang akan menjadi partisipan dalam penelitian ini adalah Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) yang bergerak dalam bidang seni di Universitas Sriwijaya, yaitu UKM Harmoni dan Komunitas X.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti, diketahui bahwa UKM Harmoni dan Komunitas X memiliki permasalahan yang sama, yaitu kurangnya intensitas pertemuan seluruh anggota dan kurangnya komitmen anggota dalam mengikuti kegiatan komunitas. Hal ini kemudian membuat beberapa anggota merasa tidak menjadi bagian dari komunitas dan tidak mengenal anggota lainnya. Dampak dari hal tersebut adalah terhambatnya aktivitas ataupun agenda-agenda kegiatan yang telah dipersiapkan pengurus komunitas karena banyak anggota yang pada akhirnya memutuskan untuk mengundurkan diri ataupun menjadi tidak aktif di dalam komunitas.

Untuk disebut sebagai suatu komunitas, masing-masing anggota komunitas harus memiliki ikatan hubungan emosional yang disebut dengan *sense of community* (Wibowo, dkk., 2017). Menurut McMillan dan Chavis (1986), *sense of community* adalah perasaan bahwa anggota sebuah komunitas mempunyai rasa memiliki, perasaan bahwa setiap anggota berpengaruh satu sama lain dan terhadap kelompok, serta keyakinan bersama bahwa kebutuhan anggota akan terpenuhi melalui komitmen mereka untuk bersama.

Menurut Rovai (2002), *sense of community* dapat dipengaruhi oleh *social presence* yang merupakan salah satu dari ketujuh faktor yang dapat menyebabkan adanya *sense of community* pada diri anggota dalam sebuah komunitas. Rovai (dalam Byrd, 2016) menemukan bahwa beberapa literatur menunjukkan adanya hubungan positif antara jarak transaksional, *social presence*, kesetaraan sosial, kegiatan kelompok kecil, fasilitasi kelompok, gaya mengajar dan tahap pembelajaran, dan ukuran komunitas dengan *sense of community*. Menurut Arbaugh dan Benbunan-Fich (dalam Lindsey, Rhoads, & Lozano, 2015), kegiatan kolaboratif memungkinkan pelajar memiliki kesempatan yang lebih besar untuk

meningkatkan *social presence* dan *sense of community* online yang lebih besar, yang keduanya juga telah dibuktikan dengan hasil belajar online yang positif.

Menurut Biocca, Harms, dan Gregg (2001), *social presence* didefinisikan sebagai kesadaran dari waktu ke waktu pada kehadiran bersama dengan orang lain yang disertai dengan rasa keterlibatan (yaitu, manusia, makhluk hidup, atau makhluk buatan). *Social presence* bervariasi dari perasaan yang hanya di permukaan hingga perasaan yang mendalam tentang keberadaan bersama, keterlibatan psikologis, dan keterlibatan perilaku dengan orang lain. Secara umum, perasaan dari waktu ke waktu dengan orang lain, *social presence* merupakan hasil dari simulasi kognitif (yaitu, kesimpulan) dari kecenderungan kognitif, emosional, dan perilaku orang lain.

Peneliti melakukan wawancara dan survei untuk melihat *social presence* pada UKM Harmoni dan Komunitas X. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua komunitas, UKM Harmoni memiliki jumlah anggota yang banyak sehingga untuk mengumpulkan semua anggota untuk melakukan pertemuan juga sulit. Hal tersebut juga dialami oleh Komunitas X. Para anggota komunitas sangat sulit untuk berkumpul jika akan mengadakan diskusi, rapat, maupun latihan rutin bersama, meskipun latihan rutin hanya dilakukan sebanyak satu kali dalam seminggu. Dalam setiap latihan rutin juga, selalu banyak anggota yang tidak hadir dengan alasan yang beragam. Oleh karena itu, UKM Harmoni dan Komunitas X menggunakan salah satu alternatif yang digunakan untuk tetap berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesama anggota, yaitu menggunakan grup obrolan komunitas di aplikasi *Whatsapp* dan/atau *Line*.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Apakah ada hubungan antara *social presence* dan *sense of community* pada anggota komunitas seni Universitas Sriwijaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *social presence* dan *sense of community* pada anggota komunitas seni Universitas Sriwijaya

Sense of Community

Menurut McMilan dan Chavis (1986), *sense of community* adalah perasaan bahwa anggota mempunyai rasa memiliki, perasaan bahwa setiap anggota berpengaruh satu sama lain dan terhadap kelompok, serta keyakinan bersama bahwa kebutuhan anggota akan terpenuhi melalui komitmen mereka untuk bersama. Kemudian menurut Wibowo, dkk. (2017), *sense of community* mengacu pada persepsi terhadap rasa kebersamaan, interdependensi, dan komitmen mutual yang mengaitkan individu-individu dalam kesatuan kolektif. *Sense of community* adalah suatu ikatan emosional di antara anggota komunitas untuk saling berbagi, dan kebutuhan mereka dapat terpenuhi karena adanya ikatan ini.

Menurut Rovai (2002) faktor-faktor yang mempengaruhi *sense of community* adalah jarak transaksional, *social presence*, persamaan sosial, kegiatan kelompok kecil, fasilitas kelompok, dan ukuran komunitas. Sedangkan menurut Salahla, dkk., (2018) faktor-faktor yang mempengaruhi *sense of community*, yaitu faktor sosial, faktor individual, dan karakteristik lingkungan.

Social Presence

Biocca, Harms, dan Gregg (2001) mendefinisikan *social presence* sebagai kesadaran dari waktu ke waktu pada kehadiran bersama dengan orang lain yang disertai dengan rasa keterlibatan (yaitu, manusia, makhluk hidup, atau makhluk buatan). Short, dkk., (dalam Gunawardena, 1995) mendefinisikan *social presence* sebagai derajat kehadiran orang lain dalam interaksi dan konsekuensi keberadaan dalam hubungan interpersonal. Artinya, *social*

presence merupakan derajat dimana seseorang diterima sebagai “orang yang sesungguhnya” dalam komunikasi dengan menggunakan media.

Short, dkk., (Tu, 2000) mengemukakan faktor yang mempengaruhi *social presence*, yaitu intimacy (kedekatan) dan immediacy (kesegeraan). Sedangkan, Champnes (dalam Tu, 2002) dalam penelitiannya menemukan tiga faktor yang mempengaruhi *social presence*, yaitu *aestheticism, evaluation, dan privacy*.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui hubungan antara *social presence* dan *sense of community* pada anggota komunitas seni di Universitas Sriwijaya.

METODE

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu *social presence* sebagai variabel bebas (*independent*) dan *sense of community* sebagai variabel terikat (*dependent*). Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah skala. Ada 2 skala psikologis yang digunakan dalam penelitian ini, skala *sense of community* dengan menggunakan skala Likert berdasarkan elemen *sense of community* dari McMillan dan Chavis (1986) yaitu, *membership, influence, integration and fulfillment of needs*, dan *shared-emotional connectio* dan *social presence* dengan menggunakan skala Likert berdasarkan dimensi menurut Biocca, Harms, dan Gregg (2001), yaitu *co-presence, psychological involvement, dan behavioral engagement*.

Validitas dan Reliabilitas

Pada penelitian ini untuk skala *sense of community* peneliti menetapkan sebanyak 4 aitem target untuk masing-masing elemen. Apabila pada masing-masing elemen melebihi target aitem maka peneliti mengambil 4 koefisien korelasi tertinggi pada setiap elemennya. Berdasarkan hasil analisis 48 aitem skala *sense of community* yang telah dilakukan peneliti, diketahui bahwa sebanyak 22 aitem melebihi jumlah target aitem yang ditentukan peneliti yaitu 16 aitem. Koefisien validitas aitem yang valid berkisar antara 0,307 sampai dengan 0,625. Kemudian pada skala *social presence* peneliti menetapkan sebanyak 5 aitem target untuk masing-masing dimensi. Berdasarkan hasil analisis 36 aitem, diketahui sebanyak 23 aitem melebihi jumlah target aitem yang ditentukan peneliti yaitu 15 aitem. Koefisien validitas aitem yang valid berkisar antara 0,315 sampai dengan 0,696.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Alpha Cronbach* dengan bantuan perangkat lunak SPSS 16.0 for windows. Koefisien reliabilitas (r_{ix}) alpha (α) pada skala *sense of community* dengan $n=48$ adalah sebesar 0,804 dan $n=16$ adalah sebesar 0,826. Sedangkan Koefisien reliabilitas alpha (α) pada skala *social presence* dengan $n=36$ adalah sebesar 0,836 dan $n=15$ adalah sebesar 0,880.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data terdiri dari uji normalitas, uji linearitas dan uji hipotesis. Untuk melakukan uji normalitas peneliti menggunakan teknik statistik *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan SPSS 16.0 for windows. Hasil uji normalitas yang dilihat dari nilai signifikansi variabel *sense of community* yaitu 0.324 dan *social presence* sebesar 0.886 yang artinya lebih dari 0,05 ($p>0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil uji linearitas terhadap variabel *sense of community* dengan *social presence* diperoleh signifikansi linearitas sebesar 0.000 ($p<0.005$). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *sense of community* memiliki korelasi linear dengan variabel *social presence*.

Hasil analisis korelasi yang dilakukan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($P < 0.05$) yang berarti bahwa ada hubungan signifikan antara *sense of community* dan *social presence*. Kemudian, didapatkan pula hasil uji korelasi dengan nilai r yaitu sebesar 0,470. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara *sense of community* dengan *social presence*.

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *sense of community* dan *social presence* pada anggota komunitas seni Universitas Sriwijaya diterima.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah anggota UKM Harmoni Universitas Sriwijaya berjumlah 109 orang dan Komunitas X berjumlah 50 orang. Peneliti menentukan jumlah sampel menggunakan teknik Sampling Kuota.

HASIL

Deskripsi Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan gabungan anggota UKM Harmoni dengan Komunitas X di Universitas Sriwijaya dengan kuota sampel UKM Harmoni sebanyak 70 orang dan Komunitas X sebanyak 30 orang.

Berikut ini adalah sebaran subjek yang didasarkan pada komunitasnya:

Tabel 1. Deskripsi subjek penelitian berdasarkan komunitas

Komunitas	Jumlah	Persentase
UKM Harmoni	70	70%
Komunitas X	30	30%
Total	100	100%

Berdasarkan data penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah subjek terbanyak merupakan anggota UKM Harmoni, yaitu sebanyak 70 orang dengan persentase sebesar 70%. Sedangkan, jumlah subjek paling sedikit merupakan anggota Komunitas X, yaitu sebanyak 30 orang dengan persentase sebesar 30%.

Tabel 2. Deskripsi subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin

Komunitas	Jumlah	Persentase
Laki-laki	44	44%
Perempuan	56	56%
Total	100	100%

Berdasarkan data penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah subjek terbanyak adalah subjek dengan jenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 56 orang dengan persentase sebesar 56%.

Tabel 3. Deskripsi subjek penelitian berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase
18	15	15%
19	30	30%
20	18	18%
21	24	24%

22	8	8%
23	5	5%
Total	100	100%

Berdasarkan data tersebut, diketahui subjek dengan jumlah paling banyak adalah subjek yang berusia 19 tahun dengan persentase sebesar 30%. Sedangkan subjek dengan jumlah paling sedikit adalah subjek yang berusia 23 tahun dengan persentase sebesar 5%.

Tabel 4. Deskripsi subjek penelitian berdasarkan tahun bergabung dengan komunitas:

Tahun Bergabung	Jumlah	Persentase
2015	12	12%
2016	18	18%
2017	32	32%
2018	38	38%
Total	100	100%

Berdasarkan data subjek penelitian di atas, dari keseluruhan subjek dapat disimpulkan bahwa subjek yang sudah menjadi anggota komunitas dalam jangka waktu paling lama adalah sejak tahun 2015, yaitu sebanyak 12 orang atau dengan persentase sebesar 12%. Sedangkan, subjek yang menjadi anggota komunitas dalam jangka waktu paling sebentar adalah sejak tahun 2018, yaitu sebanyak 38 orang atau dengan persentase sebesar 38%.

Deskripsi Data Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti berusaha untuk melakukan analisis deskriptif pada masing-masing variabel penelitian untuk mendapatkan data penelitian. Data penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Deskripsi Data Hipotetik dan Empirik Variabel Penelitian

Variabel	Data Hipotetik				Data Empiris			
	Max	Min	Mean	SD	Max	Min	Mean	SD
<i>Sense of Community</i>	64	16	40	8	64	34	46,72	5,341
<i>Social Presence</i>	60	15	37,5	7,5	57	29	40,79	5,182

Ket:

Min = Skor Total Minimal

Max = Skor Total Maksimal

Berdasarkan data tersebut, maka peneliti menggolongkan variabel penelitian ke dalam kategori rendah, sedang, dan tinggi. Kategorisasi ini bertujuan untuk menempatkan subjek penelitian ke dalam kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu atribut yang diukur (Azwar, 2016).

Tabel 6. Deskripsi Kategorisasi *Sense of Community*

Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X < 3X < 32$	Rendah	0	0%
$32 \leq X < 48$	Sedang	59	59%
$X \geq 48$	Tinggi	41	41%

Jumlah	100	100%
---------------	-----	------

Berdasarkan hasil kategorisasi diatas, diketahui bahwa subjek paling banyak berada pada kategori *sense of community* sedang, yaitu sebanyak 59 subjek (59%), kemudian sebanyak 41 subjek (41%) berada pada kategori *sense of community* tinggi, dan tidak ada subjek yang berada pada kategori *sense of community* rendah.

Tabel 7. Deskripsi Kategorisasi *Social Presence*

Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X < 30$	Rendah	1	1%
$30 \leq X < 45$	Sedang	77	77%
$X \geq 45$	Tinggi	22	22%
Total		100	100%

Berdasarkan hasil kategorisasi diatas, diketahui bahwa subjek paling banyak berada pada kategori *social presence* sedang, yaitu sebanyak 77 subjek (77%), sebanyak 22 subjek (22%) berada pada kategori *social presence* tinggi, dan hanya sebanyak 1 subjek (1%) yang berada pada kategori *social presence* yang rendah.

Hasil Uji Analisa Data Penelitian

Uji hipotesis bertujuan untuk melihat hubungan antara *sense of community* dan *social presence* pada anggota komunitas seni Universitas Sriwijaya. Hasil analisis korelasi *Product Moment* yang dilakukan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($P < 0.05$) yang berarti bahwa ada hubungan signifikan antara *sense of community* dan *social presence*. Kemudian, didapatkan pula hasil uji korelasi dengan nilai r yaitu sebesar 0,470. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara *sense of community* dengan *social presence*.

Analisis Tambahan

1. Uji Beda *Sense of Community* Pada Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 8. Deskripsi Hasil Uji Beda *Sense of Community* Berdasarkan Jenis Kelamin

Variabel	Jenis Kelamin	Levine Test	Sig.	Keterangan
<i>Sense of community</i>	Laki-laki Perempuan	0,254	0,016	Ada Perbedaan

Dari hasil deskripsi data tersebut, pada variabel *sense of community* menunjukkan taraf signifikansi sebesar 0,254 ($p > 0,05$) dengan nilai p sebesar 0,016 ($p < 0,05$), nilai tersebut menunjukkan bahwa ada perbedaan *sense of community* pada anggota komunitas seni Universitas Sriwijaya.

Selanjutnya, peneliti melakukan analisis perbedaan *mean* (rata-rata) variabel *sense of community* pada anggota komunitas seni Universitas Sriwijaya berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan. Berikut ini tabel rata-rata perbedaan tersebut:

Tabel 9. *Mean Sense of Community* Anggota Komunitas Seni Berdasarkan Jenis Kelamin

Variabel	Jenis Kelamin	Mean
<i>Sense of Community</i>	Laki-laki	45,27

Dengan demikian, pada tabel menunjukkan perbedaan rata-rata *sense of community* pada anggota komunitas seni di Universitas Sriwijaya berdasarkan jenis kelamin dan didapatkan nilai rata-rata variabel *sense of community* pada anggota komunitas seni berjenis kelamin perempuan lebih tinggi yaitu sebesar 47,86 dibandingkan dengan *sense of community* pada anggota komunitas seni berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 45,27. Artinya, tingkat *sense of community* pada anggota perempuan lebih tinggi dibandingkan pada anggota laki-laki.

DISKUSI

Berdasarkan hasil analisis korelasi *Product Moment* terhadap data yang didapatkan dari anggota komunitas seni Universitas Sriwijaya terkait dengan variabel *social presence* dan *sense of community*, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan peneliti diterima, dimana terdapat hubungan yang signifikan antara *social presence* dan *sense of community* pada anggota komunitas seni Universitas Sriwijaya.

Hasil nilai koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel *social presence* dan *sense of community*. Hasil penelitian ini selaras dengan temuan Rovai (2002) yang mengatakan bahwa terdapat hubungan antara *social presence* dengan *sense of community* dimana *social presence* merupakan salah satu dari ketujuh faktor yang mempengaruhi *sense of community*. Kemudian, Rovai (dalam Byrd, 2016) menemukan bahwa beberapa literatur menunjukkan adanya hubungan yang positif antara *social presence* dengan *sense of community*.

Lebih lanjut lagi, Tu & McIsaac (2002) juga mengatakan bahwa dimensi-dimensi *social presence* merupakan hal yang penting untuk meningkatkan *sense of community* pada lingkungan komunitas belajar online. Menurut Arbaugh dan Benbunan-Fich (dalam Lindsey, Rhoads, & Lozano, 2015), kegiatan kolaboratif memungkinkan komunitas pelajar memiliki kesempatan yang lebih besar untuk meningkatkan *social presence* dan *sense of community* (di lingkungan) online yang lebih besar, yang keduanya juga telah dibuktikan dengan hasil belajar online yang positif.

Hasil penelitian ini kemudian didukung dengan hasil kategorisasi dimana ditemukan bahwa tingkat *sense of community* anggota komunitas seni secara umum adalah sedang cenderung tinggi dengan frekuensi sebanyak 59 subjek (59%) yang berada pada kategori sedang, sebanyak 41 subjek (41%) berada pada kategori *sense of community* tinggi, dan tidak ada yang berada pada kategori *sense of community* yang rendah.

Bertolak belakang dengan temuan peneliti, hasil tersebut memiliki perbedaan dengan hasil survei awal dimana *sense of community* pada anggota komunitas seni dapat dikatakan sedang cenderung rendah. Perbedaan hasil survei dengan hasil penelitian untuk tingkat *sense of community* ini terjadi dikarenakan aitem yang dibuat peneliti dalam skala bisa memiliki *social desirability* yang tinggi sehingga responden cenderung memilih pilihan jawaban yang mengarah kepada hasil yang positif. Misalnya, butir aitem nomor 10 pada skala penelitian dengan aitem "Saya senang mendengar pengalaman teman komunitas yang mengikuti lomba." memiliki skor total tertinggi daripada 15 aitem yang lain, yaitu 343 untuk 100 responden yang bisa dikatakan tinggi karena skala ini merupakan skala *Likert* dengan 16 aitem yang memiliki 4 poin.

Sebuah hasil penelitian dengan *setting* berbeda yang dilakukan oleh Wicks, dkk., (2014), menemukan bahwa *sense of community* pada sebuah komunitas dapat dibangun dengan *social presence* yang kuat dan dapat membantu siswa dalam komunitas kelas untuk

merasa aman dalam berbagi ide dan berkolaborasi dengan orang lain pada konten pembelajaran.

Penelitian tersebut diatas selaras dengan hasil temuan peneliti pada kelompok kategorisasi tingkat *social presence* pada komunitas dimana dapat disimpulkan secara umum anggota komunitas seni berada pada kategori *social presence* sedang cenderung tinggi dengan jumlah sebanyak 77 subjek (77%) pada kategori sedang, sebanyak 22 subjek (22%) berada pada kategori tinggi, dan 1 subjek (1%) berada pada kategori rendah.

Berdasarkan temuan-temuan peneliti diatas, sebuah penelitian teknik campuran yang dilakukan Liu, dkk., (dalam Shackelford dan Maxwell, 2012) menemukan adanya hubungan yang cukup positif antara *sense of community* dengan *social presence* pada mahasiswa pascasarjana online. Salah satu dari empat item survei yang mengukur *social presence* berhubungan dengan keakraban antar siswa. Hal ini kemudian didukung oleh Sallnas, Grohn, dan Sjostrom (2000) yang mengklaim bahwa *social presence* berkorelasi dengan perasaan ingin bersama dengan orang lain. Mereka mengusulkan bahwa ada hubungan positif antara *social presence* dan status keanggotaan (*membership*).

Temuan peneliti diatas memiliki perbedaan dengan hasil survei awal dimana tingkat *social presence* pada anggota komunitas seni dapat dikatakan sedang cenderung rendah. Perbedaan hasil survei dengan hasil penelitian untuk tingkat *social presence* ini dapat terjadi dikarenakan beberapa aitem skala peneliti juga bisa memiliki *social desirability* yang tinggi sehingga responden cenderung memilih pilihan jawaban yang mengarah kepada hasil yang positif. Misalnya, seperti butir aitem nomor 8 pada skala penelitian variabel *social presence* dengan aitem “Ketika teman lain senang, saya juga ikut senang.” memiliki skor total tertinggi daripada 14 aitem yang lain, yaitu 339 untuk 100 responden yang bisa dikatakan tinggi karena skala ini merupakan skala *Likert* dengan 15 aitem yang memiliki 4 poin.

Peneliti juga melakukan analisis tambahan untuk melihat perbedaan *sense of community* dan *social presence* berdasarkan komunitas, usia, jenis kelamin, dan tahun bergabung dengan komunitas. Dapat dilihat dari hasil analisis tambahan berdasarkan jenis kelamin terdapat perbedaan pada variabel *sense of community*.

Hasil analisis lanjutan pada variabel *sense of community* pada anggota komunitas seni di Universitas Sriwijaya memperlihatkan adanya perbedaan *sense of community* berdasarkan jenis kelamin. Apabila ditinjau lanjut melalui nilai *mean*, anggota komunitas seni berjenis kelamin perempuan memiliki tingkat *sense of community* yang lebih tinggi dibandingkan pada anggota laki-laki.

Bertolak belakang dengan temuan peneliti, sebuah penelitian yang dilakukan Fraering dan Minor (2006) menemukan bahwa laki-laki memiliki tingkat *sense of community* yang lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan pada komunitas pelanggan layanan finansial (nasabah). Namun, Prezza dan Costantini (1998) berpendapat lain dan mendukung hasil temuan peneliti dimana berdasarkan perbandingan berbagai penelitian mengenai *sense of community* pada penduduk tiga kota berbeda di Italia dapat disimpulkan bahwa perempuan yang tinggal di kota memiliki tingkat *sense of community* yang lebih tinggi daripada laki-laki dikarenakan hubungan dan pertukaran terjadi lebih banyak berdasarkan kriteria kesamaan (kepentingan, nilai, dll.) daripada atas dasar kedekatan fisik.

Selain itu, penelitian Speer dan Peterson (2012) mengenai komunitas pekerja yang menemukan bahwa pentingnya untuk melihat *sense of community* ditinjau dari partisipasi dan gender serta melihat dampak dari pendapatan (*income*) terhadap hubungan *sense of community* dengan *empowerment*, dimana salah satu hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa pekerja perempuan cenderung memiliki skor *sense of community* yang lebih tinggi dibandingkan dengan pekerja laki-laki yang memperlihatkan ikatan pekerja perempuan dengan komunitas dalam kelompok dengan penghasilan rendah. Pretty dan McCarthy (1991)

juga berpendapat bahwa *sense of community* pada pekerja perempuan kemungkinan dapat terkait dengan persepsi perempuan mengenai karakteristik yang memfasilitasi sebuah hubungan kerja.

Selanjutnya, Rovai & Baker (2005) dalam penelitiannya mengenai komunitas kelas menemukan bahwa siswa perempuan seringkali merasa lebih terhubung dengan siswa lainnya dalam sebuah komunitas yang kemudian merasa bahwa pengalaman belajar mereka lebih terarah kepada nilai dan tujuan dalam menjalani pendidikan, dan menerima pelajaran dengan lebih mudah daripada siswa laki-laki.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara *social presence* dan *sense of community*. Dengan demikian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis yang diajukan diterima, yaitu ada hubungan antara *social presence* dan *sense of community* pada anggota komunitas seni Universitas Sriwijaya.

Implikasi

Bagi Anggota komunitas seni di Universitas Sriwijaya untuk dapat mengambil manfaat dari hasil penelitian ini agar nantinya dapat lebih memperhatikan lagi jalannya proses berkomunitas dengan lebih merangkul dan meningkatkan intensitas pertemuan seluruh anggota guna mempererat kebersamaan dan rasa saling memiliki antar anggota, baik melalui pertemuan langsung atau melalui grup obrolan komunitas di aplikasi *Whatsapp* maupun *Line*. Kemudian, bagi para pengurus untuk lebih mengorganisir jalannya aktivitas komunitas dan selalu memperhatikan kehadiran anggota dalam setiap pertemuan dan kegiatan yang sudah terencana. Anggota juga diharapkan dapat mempertahankan komitmen yang sudah terbangun dalam diri masing-masing sehingga kedepannya meminimalisir anggota yang mengundurkan diri ataupun keluar komunitas tanpa izin selain anggota yang keluar dari komunitas karena sudah lulus atau wisuda. Untuk itu, disarankan bagi setiap anggota untuk senantiasa hadir dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan komunitas atau yang melibatkan semua anggota komunitas.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan *sample* dengan *setting* yang berbeda, misalnya pada jenis komunitas lain, pada jenis kelamin tertentu, atau tingkat pendidikan tertentu. Hal tersebut huna mendapatkan gambaran lebih luas terkait dengan *sense of community* dan *social presence* pada anggota komunitas, baik pada pengambilan data saat survei awal maupun saat pengambilan data penelitian.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk lebih memahami dengan baik dimensi-dimensi *social presence* maupun elemen-elemen *sense of community*. Apabila peneliti memiliki pemahaman yang baik mengenai kedua variabel tersebut, hal ini dapat membantu untuk meminimalisir aitem-aitem skala yang tidak valid, memiliki *social desirability* yang tinggi serta aitem-aitem yang bersifat normatif dan tidak dapat digeneralisasikan dengan baik. Kemudian disarankan pula kepada peneliti selanjutnya yang ingin mengangkat topik ataupun fenomena yang sama agar dapat menggunakan faktor lain seperti *social equality*, *small group activities*, *transactional distance*, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Biocca, F., Harms, C., & Gregg, J. (2001). The networked minds measure of social presence: pilot test of the factor structure and concurrent validity. *Media Interface & Network Design Labs*.
- Byrd, J. C. (2016). Understanding the online doctoral learning experience: factors that contribute to students' sense of community. *The Journal of Educators Online-JEO*. Vol. 13, No. 2. ISSN: 1547-500X.
- Cooley, C. H. (1922). *Human nature and the social order*. New York: Charles Scribner's Sons.
- Fraering, M., & Minor, M. S. (2006). Sense of community: an exploratory study of US consumers of financial services. *International Journal of Bank Marketing*, 24(5), 284–306. doi:10.1108/02652320610681738
- Gunawardena, C. N. (1995). Social presence theory and implications for interaction and collaborative learning in computer conferences. *International Journal Of Educational Telecommunications*, 1(2/3), 147-166.
- Hossain, F. M. A. & Ali, K. (2014). Relation between individual and society. *Open Journal of Social Science*, vol. 2, 130-137.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, (2012). *Kamus besar Bahasa Indonesia*. Kemendikbud: Pusat Bahasa.
- Lindsey, B. T., Rhoads, R. A., & Lozano, J. B. (2015). Virtually unlimited classrooms: Pedagogical practices in massive open online courses. *Internet and Higher Education*, 24. ISSN: 1096-7516 DOI: 10.1016/j.iheduc.2014.07.001
- McMillan, D. W., & Chavis D. M. (1986). Sense of community: a definition and theory. *Journal of Community Psychology*. Vol. 14.
- Pretty, G. M., & McCarthy, M. (1991). Exploring psychological sense of community among women and men of the corporation. *Journal of Community Psychology*. Vol. 19.
- Prezza, M., & Costantini, S. (1998). Sense of community and life satisfaction: investigation in three different territorial contexts. *Journal of Community & Applied Social Psychology*. 8(3), 181–194. DOI:10.1002/(sici)1099-1298(199805/06)8:3<181::aid-casp436>3.0.co;2-4
- Reich, S. M., Riemer, M., Prilleltensky, I., & Moentero, M. (2001). *International community psychology history and theories*. Berkeley: Springer.
- Rovai, A. (2002). Building sense of community at a distance. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, Vol. 3, No. 1. ISSN: 1492-3831.

- Rovai, A., & Baker, D. (2005). Gender differences in online learning: sense of community, perceived learning, and interpersonal interactions. *The Quarterly Review of Distance Education*. Vol. 6 (1), hal. 31-44. ISSN: 1528-3518.
- Sallnas, E. L., Grohn, K. R., & Sjostrom, C. (2000). Supporting presence in collaborative environments by haptic force feedback. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, Vol. 7, No. 4, hal. 461-476.
- Shackelford, J. L. & Maxwell, M. (2012). Sense of community in graduate online education: contribution of learner to learner interaction. *The International Review of Research in Open and Distance Learning*. Vol. 13, No. 4.
- Speer, P. W., & Peterson, N. A. 2012. The influence of participation, gender and organizational sense of community on psychological empowerment: the moderating effects of income. *American Journal of Community Psychology*. DOI: 10.1007/s10464-012-9547-1.
- Tu, C. H. (2000). On-line learning migration: from social learning theory to social presence theory in a CMC environment. *Journal of Network and Computer Applications*. 23, DOI: 1084-8045/00/000000+00830.00/0.
- Tu, C. H. (2002). The impacts of text-based cmc on online social presence. *The Journal of Interactive Online Learning*. Volume 1, Number 2, ISSN: 1541-4914
- Tu, C. H. & McIsaac, M. (2002). The relationship of social presence and interaction in online class. *The American Journal of Distance Education*, 16(3), 131-150
- Wibowo, I., Pelupessy, D. C., Narhetali, E., & Fairuziana. (2017). *Psikologi komunitas*. Depok: LPSP3 UI. ISBN: 978-979-99098-6-2
- Wicks, D. A., Craft, B. B., Mason, G. N., Gritter, K., & Bolding, K. (2014). An investigation into the community of inquiry of blended classrooms by a Faculty Learning Community. *Internet and Higher Education*. 25, 53–62. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.iheduc.2014.12.001>.