

**STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGELOLA GRUP
PENJUALAN JERSEY DI FACEBOOK (STUDI KASUS BIT AND RUN
PADA GRUP FACEBOOK LELANG JERSEY & AKSESORIS
SEPAKBOLA DARI GO, PI, AAA ORIGINAL R7 GALLERY)**

Meridian Firmansyah¹, Mariana Siregar², Qoute Nuraini³

ABSTRACT

The aim of this research is to know the Interpersonal Communication Strategy of the Jersey Group Sales Manager on Facebook, a case study within the Facebook Auction Jersey & Football Accessories from GO, PI, AAA-Original R7 Gallery. This research used descriptive-qualitative method to describe how the interpersonal communication strategy use by group managers to minimize the number of bid and run actors. The results of this research show the connection between the observations and the results of the in-depth interviews the author obtained from informant so expected to minimize the number of bid and run actors. The author analyzes the interpersonal communication strategy using social exchange theory in the form of rewards, costs, results and profits, the rate comparison shows the raw size (standard). The factors that determine the interpersonal communication strategy group manager are predictions based on psychological data, knowledge that explains, and the rules set out in private..

Keywords: communication strategy, bid and run, Facebook.

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Pakuan Bogor

² Dosen Tetap Program Studi Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Pakuan Bogor

³ Dosen Tetap Program Studi Ilmu Komunikasi FISIB Universitas Pakuan Bogor

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada saat ini teknologi informasi telah mulai menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting dimana kita sudah mulai tergantung dengan bantuan teknologi informasi. Salah satunya adalah teknologi informasi dengan internet. Internet di negara-negara berkembang telah menjadi bagian kehidupan yang hampir semua masyarakat telah memanfaatkannya.

Indonesia merupakan satu dari beberapa negara yang mengalami perkembangan pesat penggunaan Facebook. Dikutip dari *kompas.com*, angka pengguna aktif bulanan jejaring sosial tersebut kini sudah mencapai angka 88 juta di Indonesia. Dari angka 88 juta itu, sebanyak 94% mengakses Facebook melalui telepon seluler. Sebagian besar waktu dan perhatian pengguna sekarang sudah beralih ke telepon seluler. Dengan demikian, jumlah pengguna Facebook di Indonesia mengalami kenaikan dibandingkan angka sebelumnya sebesar 82 juta pengguna pada kuartal ke-empat 2015⁴.

Lelang adalah penjualan barang yang terbuka untuk umum dengan penawaran harga secara tertulis dan/ atau lisan yang semakin meningkat atau menurun untuk mencapai harga tertinggi, yang didahului dengan Pengumuman Lelang. (*PMK No.27/PMK.06/2016 Pasal 1 angka 1*)⁵. Ada beberapa

variasi dari bentuk dasar lelang, termasuk batas waktu, minimum atau maksimum batas harga penawaran, dan peraturan khusus untuk menentukan penawar yang menang dan harga.

Perputaran informasi dalam sebuah komunitas melalui Facebook menjadi lebih cepat dan massif, sehingga lingkup jangkauannya mampu diperluas. Kegiatan interaksi antar anggota dalam grup sangat beragam dalam satu harinya. Dalam sebuah *cyber community* seperti pada grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery memiliki dinamika interaksi yang tidak jauh berbeda dengan *cyber community* pada umumnya.

Grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery dijadikan ruang interaksi virtual untuk anggota sebagai tempat diskusi atau interaksi, dan yang saling berinteraksi satu sama lain layaknya sebuah pertemuan kecil sebuah kelompok pada dunia nyata yang sedang membahas sesuatu. Salah satu kegiatan yang sering dilakukan dalam grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery, adalah diadakannya pelelangan jersey ataupun aksesoris yang berhubungan dengan sepakbola.

Bid and run adalah istilah yang sering digunakan dalam jual beli daring, merujuk pada *bidder* (penawar) yang sudah melakukan pemesanan dan menjanjikan pembayaran melalui transfer bank pada tanggal dan jam yang sudah dijanjikan tetapi calon pembeli

⁴<http://teknokompas.com/read/jumlah.pengguna.facebook.di.in.donesia.terus.bertambah> - Diakses 06/01/2016 pukul 17.50 WIB

⁵<http://jdih.kemenkeu.go.id/> - Diakses 10/07/2018 pukul 11..00 WIB

tersebut tidak kunjung memberi kabar hingga waktu yang ditentukan. *Bidder* merupakan kata yang dipakai dalam bahasa Inggris untuk menyebut seorang penawar pada acara lelang. Dalam proses jual-beli keberadaan penawar pastilah ada, hanya saja penawar tersebut biasanya menawar barang dibawah harga yang dibuka oleh penjual, namun dalam lelang penawar yang dimaksud adalah penawar yang selalu memberikan harga yang lebih tinggi dari penawar sebelumnya maka dari itulah dalam skripsi ini untuk seterusnya akan memakai istilah *bid and run* dan *bidder* demi memudahkan penyebutannya⁶.

Dalam kiriman yang diunggah ke dalam akun Facebook pribadi pengelola grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery yang memiliki nama akun Rama Ridho pada tanggal 21 Desember 2016 dan 6 Januari 2017, dapat dilihat adanya bukti pemenang lelang yang tidak bertanggung jawab terhadap barang lelang yang telah dimenangkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin meneliti bagaimana pengelola grup Facebook menggunakan komunikasi interpersonal untuk meminimalisir adanya pemenang lelang yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, penulis memberi judul penelitian ini: **“Strategi Komunikasi Interpersonal Pengelola Grup Penjualan Jersey di Facebook (Studi Kasus *bid and run* pada grup Facebook Lelang Jersey &**

Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery)”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian :

1. Apa saja faktor-faktor yang menentukan komunikasi antarpribadi?
2. Apa saja faktor-faktor yang menyebabkan adanya pelaku *bid and run* di grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery?
3. Bagaimanakah strategi komunikasi interpersonal yang digunakan pengurus grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery?
4. Bagaimanakah strategi komunikasi interpersonal yang digunakan pengurus grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery menurut Teori Pertukaran Sosial?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan adanya pelaku *bid and run* di grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery?
2. Mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi yang digunakan pengelola grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery.
3. Mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi interpersonal yang digunakan pengurus grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-

⁶<https://balelang.com/bidder/> Diakses 16 Juli 2018 Pukul 20.00 WIB

Original R7 Gallery menurut Teori Pertukaran Sosial.

Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dari ilmu komunikasi khususnya bagi perkembangan penelitian manajemen komunikasi. Serta diharapkan hasil penelitian ini menambah kajian ilmu komunikasi yang berkaitan dengan strategi komunikasi, sehingga hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi landasan pemikiran untuk penulisan-penulisan selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penulisan ini diharapkan dapat menjadi referensi mengenai komunikasi, khususnya komunikasi interpersonal pada pengurus grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery. Serta, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi dan bahan bacaan bagi pengurus grup lelang yang sejenis, maupun anggota dalam grup lelang guna meminimalisir adanya pemenang lelang yang tidak bertanggung jawab.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Dengan demikian, strategi komunikasi, baik secara makro (*planned multi-media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*)

mempunyai fungsi ganda (Effendy, 2000: 300):

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.
2. Menjembatani "*cultural gap*" akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Komunikasi Interpersonal

Beberapa ahli komunikasi menjelaskan apa itu komunikasi interpersonal salah satunya Deddy Mulyana dalam buku "Ilmu Komunikasi: Suatu pengantar" sebagai berikut: Mulyana (2000: 73) menjelaskan komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang yang bertatap muka, memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau non verbal. Komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya.

Dalam komunikasi interpersonal yang terpenting adalah bukan intensitas dalam berkomunikasi namun bagaimana komunikasi itu terjalin. Bagaimana komunikasi itu dapat berjalan dengan baik maka perlu adanya faktor-faktor pendukung. Rakhmat (2008: 129-133) menyebutkan ada beberapa faktor yang menumbuhkan hubungan interpersonal meliputi percaya, sikap suportif, dan sikap terbuka.

Sebab-Sebab Kesalahan Komunikasi

Menurut Sarwono (2009: 198-199), kesalahan-kesalahan komunikasi pada umumnya disebabkan tiga hal, yaitu:

1. Terbatasnya perbendaharaan kata atau sistem simbol. Seringkali apa yang kita pikirkan atau rasakan tidak dapat kita ungkapkan dengan sempurna karena tidak ada simbol atau kata yang tepat. Hal ini masih dapat diatasi dengan mengulang atau memperbaiki kalimat itu berulang-ulang, sampai penerima mengerti betul maksud pengirim berita. Namun, sering juga terjadi bahwa kesempatan untuk mengulang-ulang berita ini tidak ada (misalnya dalam surat-menyurat) sehingga kesalahan komunikasi tetap saja terjadi.
2. Terbatasnya daya ingat. Hal-hal yang kita lihat, pikirkan atau rasakan, makin lama akan makin kabur dalam ingatan kita. Oleh karena itu, kalau suatu hal baru dikomunikasikan setelah lewat beberapa saat yang cukup lama dari saat terjadinya atau terpikirkannya atau terasanya hal tersebut, maka penggambaran kita sudah tidak sempurna lagi.
3. Gangguan pada media komunikasi, misalnya gangguan frekuensi radio atau saluran telepon atau gangguan pada alat pendengaran.

Teori Pertukaran Sosial

Thibault dan Kelley menyimpulkan model pertukaran sosial sebagai berikut, “asumsi dasar yang mendasari seluruh analisis kami adalah setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal dalam hubungan sosial hanya selama hubungan tersebut cukup

memuaskan ditinjau dari segi ganjaran dan biaya”. Ganjaran, biaya, laba dan tingkat perbandingan merupakan empat konsep pokok dalam teori ini (Rakhmat, 2002: 121). Empat konsep tersebut antara lain:

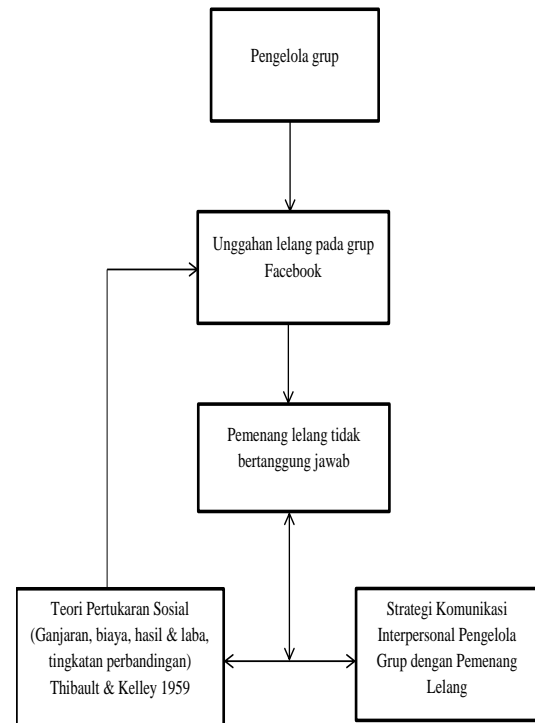
1. Ganjaran ialah setiap akibat yang dinilai positif yang diperoleh seseorang dalam suatu hubungan. Ganjaran berupa uang, penerimaan sosial atau dukungan terhadap nilai yang dipegangnya. Nilai suatu ganjaran berbeda beda antara seseorang dengan yang lain, dan berlainan antara waktu yang satu dengan waktu yang lain.
2. Biaya adalah akibat yang dinilai negatif yang terjadi dalam suatu hubungan. Biaya itu dapat berupa waktu, usaha, konflik, kecemasan dan keruntuhan harga diri dan kondisi-kondisi lain yang dapat menghabiskan sumber kekayaan individu atau dapat menimbulkan efek-efek yang tidak menyenangkan. Seperti ganjaran, biaya pun berubah-ubah sesuai dengan waktu dan orang yang terlibat didalamnya. Analisa mengenai hubungan sosial yang terjadi menurut *cost and reward* ini merupakan salah satu ciri khas teori pertukaran. Teori pertukaran ini memusatkan perhatiannya pada tingkat analisis mikro, khususnya pada tingkat kenyataan sosial antarpribadi. Pada pembahasan ini akan ditekankan pada pemikiran teori pertukaran oleh Homans dan Blau. Homans dalam analisisnya berpegang pada keharusan menggunakan prinsip-prinsip psikologi individu untuk menjelaskan perilaku sosial daripada hanya sekedar menggambarannya. Akan tetapi Blau di lain pihak

berusaha beranjak dari tingkat pertukaran antarpribadi di tingkat mikro, ke tingkat yang lebih makro yaitu struktur sosial. Ia berusaha untuk menunjukkan bagaimana struktur sosial yang lebih besar itu muncul dari proses-proses pertukaran dasar.

3. Hasil dan laba adalah ganjaran dikurangi biaya. Bila dalam suatu hubungan seorang individu merasa bahwa ia tidak memperoleh laba sama sekali, ia akan mencari hubungan lain yang mendatangkan laba.

4. Tingkat perbandingan menunjukkan ukuran baku (standar) yang dipakai sebagai kriteria dalam menilai hubungan individu pada masa lalu atau alternatif hubungan lain yang terbuka baginya. Bila pada masa lalu seorang individu mengalami hubungan yang memuaskan, tingkat perbandingannya menurun.

Alur Berpikir Penelitian



Gambar 1 : Alur Berpikir

1. Pengelola grup dalam penelitian ini adalah Rama Ridho, beliau mengadakan lelang jersey dalam grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery yang dapat diikuti oleh seluruh anggota grup yang berminat. Subjek dalam penelitian ini adalah pengelola dan anggota grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery.
2. Konsep lelang jersey yang diadakan Rama Ridho adalah pengelola grup mengunggah barang-barang lelang yang akan dimainkan. Aktivitas komunikasi yang terdapat dalam kiriman lelang di grup

Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery adalah saling membalas di kolom komentar unggahan lelang antara peserta lelang dengan pengelola grup.

3. Dalam setiap lelang yang dimainkan terdapat pemenang lelang yang tidak bertanggungjawab dengan berbagai alasan salah satunya karena adanya hambatan komunikasi mekanis terkait sinyal telepon seluler.
4. Objek penelitiannya adalah strategi komunikasi interpersonal yang digunakan oleh pengurus grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery dalam upaya meminimalisir adanya pemenang lelang yang tidak bertanggung jawab terhadap benda lelang yang dimenangkan.
5. Strategi komunikasi interpersonal yang digunakan oleh pengelola grup adalah dengan cara berkomunikasi dengan pemenang lelang yang tidak bertanggung jawab melalui media sosial WhatsApp dan pesan di Facebook. Strategi ini juga berhubungan dengan teori pertukaran sosial yang didalamnya terdapat ganjaran, biaya, hasil & laba serta tingkatan perbandingan.

METODE PENELITIAN

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pengelola dan anggota grup

Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery. Penelitian subjeknya melalui sampling purposive. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria tertentu yang dibuat penelitian berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2010: 24).

Objek penelitiannya adalah strategi komunikasi interpersonal yang digunakan oleh pengurus grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery dalam upaya meminimalisir adanya pemenang lelang yang tidak bertanggung jawab terhadap benda lelang yang dimenangkan.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dari informan kunci dan informanserta partisipan dalam penelitian ini maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara mendalam

Wawancara ini diperoleh untuk mendapatkan keterangan yang dibutuhkan peneliti, dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan narasumber dengan menggunakan *tape recorder* dan juga daftar atau panduan wawancara. Tujuan peneliti menggunakan metode wawancara ini untuk memperoleh data secara akurat dan juga tepat sasaran karena peneliti akan mendapatkan data yang konkret tentang permasalahan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara ke beberapa responden. Pertama, Rama Ridho selaku pengelola grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery yang mengetahui seluruh kegiatan lelang

yang ada di dalam grup termasuk siapa saja yang pernah menjadi pelaku *bid and run*. Kedua, peneliti akan mewawancarai Didiet Hermawan dan Cecep Kurniawan selaku anggota grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery dimana mereka berdua juga sebagai pengelola di grup lelang lainnya, tentunya pernah mengalami kasus *bid and run* dan informasinya sangat dibutuhkan. Kemudian wawancara akan dilakukan dengan tiga orang anggota grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery yang secara langsung perannya sangat penting dalam memberikan informasi untuk penelitian ini.

2. Observasi

Disini peneliti melakukan observasi partisipan artinya peneliti ikut berpartisipasi sebagai anggota grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery.

3. Dokumentasi

Bentuk dokumentasi yang dilakukan peneliti berupa tangkapan gambar bukti adanya pelaku *bid and run* dan foto wawancara dengan narasumber sebagai tanda bukti bahwa peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa informan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan (Sugiyono, 2010: 89-90) yaitu :

1. Analisis sebelum di lapangan

Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau

data sekunder seperti buku-buku yang berkaitan dengan strategi komunikasi interpersonal untuk menentukan fokus penelitian.

2. Analisis selama di lapangan (Model Miles dan Huberman).

Menurut Miles dan Huberman ada tiga jenis kegiatan dalam analisis data :

a. Reduksi. Reduksi bukan sesuatu yang terpisah dari analisis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan. Disini peneliti mulai mencari data tentang riwayat pelaku *bid and run* yang diunggah oleh pengelola grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery.

b. Model data (data display). Kita mendefinisikan model sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang digunakan dalam display data penelitian ini adalah teks naratif yang disajikan, dengan memaparkan awal terbentuknya strategi komunikasi interpersonal hingga bagaimana cara penanganan yang dilakukan pengelola grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery melalui pembentukan aturan lelang yang lebih ketat.

c. Penarikan/Verifikasi kesimpulan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat dan

proposisi-proposisi. Disini peneliti melihat orang yang paling dirugikan akibat permasalahan pelaku lelang yang tidak bertanggung jawab yaitu pengelola grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery dan penitip lelang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor yang Menyebabkan Adanya Pelaku *Bid and Run*

Dalam komunikasi terdapat hambatan-hambatan yang dapat mengganggu kelangsungan komunikasi. Faktor hambatan yang biasanya terjadi dalam proses komunikasi, dapat dibagi dalam 3 jenis sebagai berikut:

1. Hambatan Mekanis

Hambatan komunikasi lainnya adalah hambatan teknis sebagai konsekuensi penggunaan media yang dapat disebut sebagai hambatan mekanis. Hambatan jenis ini timbul karena lingkungan yang memberikan dampak pencegahan terhadap kelancaran pengiriman dan penerimaan pesan. Dari sisi teknologi, keterbatasan fasilitas dan peralatan komunikasi, akan semakin berkurang dengan adanya temuan baru di bidang teknologi komunikasi dan sistem informasi, sehingga saluran komunikasi dalam media komunikasi dapat diandalkan serta lebih efisien. Hambatan teknis yang menyebabkan adanya pelaku *bid and run* seperti yang diutarakan informan kunci berikut ini :

“Dikarenakan kita mengadakan lelang di media sosial yang mana bisa diakses siapapun dan dimanapun, sinyal juga terkadang mempengaruhi. Contohnya seperti ini, peserta lelang melakukan

bidding terhadap barang yang diincarnya saat lelang baru dimulai, karena mungkin saat itu di daerah tempat tinggalnya sinyal sedang bagus. Hingga lelang ditutup tidak ada yang melakukan bid pada barang yang sudah dbarangbak tadi karena harganya sudah tinggi. Ketika dilakukan konfirmasi pemenang lelang yang, bersangkutan tidak mengakui karena alasan tidak ada sinyal, yang seperti itu saya kategorikan sebagai bid and run”

Dari penjelasan informan kunci tersebut, beliau beranggapan bahwa hambatan teknik yang bisa menyebabkan adanya pelaku *bid and run* adalah sinyal internet yang tidak stabil di lokasi dimana peserta lelang berada.

2. Hambatan Semantik

Hambatan semantik dibagi menjadi 3, diantaranya:

a) Salah pengucapan kata atau istilah karena terlalu cepat berbicara. Menurut hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti tidak ada hambatan semantik berupa salah pengucapan kata atau istilah karena terlalu cepat berbicara karena lelang ini dilakukan di media sosial yang notabene peserta lelang tidak bertatap muka satu sama lain.

b) Adanya perbedaan makna dan pengertian pada kata-kata yang pengucapannya sama.

c) Adanya pengertian konotatif

Menurut hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti tidak ada hambatan semantik berupa kesalahan pengertian konotatif karena lelang ini dilakukan di media sosial yang notabene peserta lelang tidak bertatap muka satu sama lain.

3. Hambatan Manusiawi

Berikut hasil wawancara bersama informan kunci :

“Banyak faktor selama saya mengadakan lelang di Facebook ini, salah satunya karena anggota grup yang mengikuti lelang tidak memahami aturan yang sudah ditetapkan, dan setelah diselidiki mereka biasanya baru pertama kali mengikuti lelang di sosial media khususnya Facebook ini”

Dari penjelasan informan kunci tersebut, beliau beranggapan bahwa hambatan manusiawi yang menyebabkan adanya pelaku bid and run adalah peserta lelang tidak memahami aturan yang sudah ditetapkan oleh pengelola grup yang mengadakan lelang.

Strategi Komunikasi Interpersonal Pengelola Grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery dalam meminimalisir pelaku lelang Bid and Run

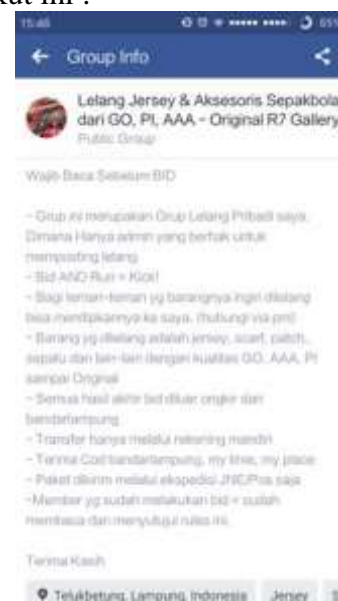
Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, pengelola grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery memiliki strategi komunikasi untuk meminimalisir adanya pelaku lelang yang tidak bertanggung jawab, yaitu :

1. Menetapkan komunikator

Komunikator yang dipilih dalam penyampaian pesan atau informasi dalam meminimalisir pelaku bid and run adalah Rama Ridho selaku pengelola dan juga yang membentuk grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery, pemilihan komunikator ini dikarenakan Rama Ridho memiliki kredibilitas dan juga

kemampuan untuk berkomunikasi dengan anggota grup mengenai peraturan lelang yang dimainkan. Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan beliau berikut ini :*“Untuk menjalankan strategi komunikasi itu saya sebagai pengelola grup harus sebisa mungkin mengontrol grup, terutama di hari kita memainkan lelang. Pastinya saya agak kerepotan karena pengelolanya hanya saya sendiri. Biasanya saya selalu ingatkan teman-teman setiap diadakan lelang itu lewat kolom komentar. Supaya mereka juga tetap mematuhi aturannya”*.

Ini juga sesuai dengan peraturan yang tertera pada kiriman yang disematkan dalam grup. Disana tertera pada aturan yang paling atas yang tertulis : *“Grup ini merupakan Grup Lelang Pribadi saya. Dimana Hanya admin yang berhak untuk memposting lelang”*, seperti yang tertera pada tangkapan gambar berikut ini :



Gambar 4.1: Unggahan Peraturan Grup

2. Menetapkan target sasaran

Target sasaran dalam penyampaian pesan untuk meminimalisir adanya pelaku lelang *bid and run* adalah anggota grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery dengan jumlah anggota sebanyak 7458. Saat penyampaian informasi kepada anggota grup, komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi interpersonal yakni pengelola grup memberikan informasi mengenai peraturan lelang pada kolom komentar yang tertera pada unggahan lelang. Dirasa dengan komunikasi ini akan lebih efektif dalam penyampaian pesan.

3. Menyusun pesan dan informasi

Dalam penelitian ini informasi lebih menonjolkan pada aturan-aturan yang dilanggar oleh anggota grup, hal ini dimaksudkan agar anggota grup yang lain mengetahui kesalahan temannya dan bisa mengikuti aturan yang sudah ditetapkan oleh pengelola grup.

4. Menggunakan media

Media yang digunakan yaitu *wall* grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery, pesan pribadi Facebook dan juga WhatsApp.

a) Melalui *wall* grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery

Dalam memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada anggota grup, pengelola grup mengupayakan dan dapat mengoptimalkan pemahaman aturan-aturan grup melalui *wall* grup karena penggunaan *wall* grup lebih banyak

diakses atau digunakan. Pemberian informasi yang dilakukan di *wall* grup lebih bersifat umum, yakni semua anggota grup yang mengikuti lelang bisa melihat dan memahaminya.

b) Melalui pesan pribadi di Facebook
Pengelola grup juga memanfaatkan fitur pesan pribadi yang terdapat dalam media sosial Facebook. Hal ini dilakukan dengan menerapkan komunikasi interpersonal. Dengan menggunakan fitur pesan pribadi di Facebook, pengelola grup lebih mudah untuk memfilter anggota grup yang serius mengikuti lelang ataupun yang hanya sekedar main-main.

c) Melalui media sosial WhatsApp

Media sosial lainnya yang digunakan oleh pengelola grup adalah WhatsApp. Hal ini dilakukan oleh pengelola grup ketika sudah mengetahui anggota grup yang menjadi pemenang lelang. Pengelola grup mengingatkan anggota grup tersebut untuk menyelesaikan kewajibannya atas item lelang yang dimenangkan. Pengelola grup menggunakan pesan *one side issue*, yaitu teknik penyampaian pesan yang menonjolkan sisi kebaikan dan keburukan sesuatu.

5. Efek

Dengan dilakukannya strategi melalui komunikasi, efek yang ditimbulkan pada penertiban ini terjadi bertahap dan mulai ada perubahan pada beberapa kesempatan lelang yang dimainkan. Sikap mereka pun sedikit berubah, mereka mulai memahami bahwa beberapa anggota grup yang diunggah ke *wall* grup melanggar aturan dan dikenakan sanksi oleh pengelola grup.

Strategi Komunikasi Interpersonal Pengelola Grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery Menurut Teori Pertukaran Sosial

Untuk dapat mencapai tujuan pengelola grup dalam meminimalisir adanya pelaku lelang yang tidak bertanggung jawab, dimana hal tersebut bertujuan untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan anggota grup yang tidak mentaati peraturan grup. Faktor-faktor yang telah diuraikan tersebut mendorong pengelola grup untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya pertauran dalam grup mengenai lelang yang diadakan.

Setelah menganalisis faktor tersebut, kemudian dilakukan wawancara serta mengumpulkan informasi lainnya seperti dokumen-dokumen agar hasil yang sudah dikumpulkan dapat diolah menggunakan teori pertukaran sosial. Setelah itu hasil yang sudah diolah tersebut berupa masukan ataupun strategi yang dapat mendukung pengelola grup dalam meminimalisir adanya pelaku lelang yang tidak bertanggung jawab. Berikut ini adalah uraiannya :

1. Ganjaran

Ganjaran merupakan setiap akibat yang dinilai positif yang diperoleh seseorang dalam suatu hubungan. Ganjaran berupa uang, penerimaan sosial atau dukungan terhadap nilai yang dipegangnya. Nilai suatu ganjaran berbeda beda antara seseorang dengan yang lain, dan berlainan antara waktu yang satu dengan waktu yang lain. Adapun ganjaran yang diberikan oleh pengelola grup Lelang Jersey &

Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Informan kunci berikut ini :

“Biasanya yang saya unggah selalu yang menjadi pelaku bid and run, tetapi kalau yang menjadi pemenang lelang itu mengikuti aturan atau tidak ya dia bekerjasama dengan baik, saya juga biasanya memposting ke grup. Awalnya yang memenangi lelang memberitahukan ke saya kalau paket sudah datang melalui messenger Facebook atau melalui WhatsApp, lalu selanjutnya saya unggah di wall grup sebagai tanda terimakasih dan juga sedikit penghargaan bahwa yang bersangkutan bisa diajak bekerjasama dengan baik. Pada intinya ada simbiosis mutualisme. Saya buat album khusus di grup untuk testimoninya”

Dari penjelasan informan kunci diketahui bahwa pengelola grup yang mengadakan lelang ada simbiosis mutualisme antara pengelola grup dan pemenang lelang berupa testimoni yang baik dan akan di bagikan di wall grup dan tentunya reputasi yang bersangkutan didunia lelang jersey akan baik pula.

2. Biaya

Biaya adalah akibat yang dinilai negatif yang terjadi dalam suatu hubungan. Biaya itu dapat berupa waktu, usaha, konflik, kecemasan dan keruntuhan harga diri dan kondisi-kondisi lain yang dapat menghabiskan sumber kekayaan individu atau dapat menimbulkan efek-efek yang tidak menyenangkan.

Seperti yang telah dijelaskan pada poin sebelumnya, kerugian biaya muncul karena ada

kesalahpahaman anggota grup dalam memahami peraturan lelang. Menurut Informan kunci kerugian biaya ini lebih kepada waktu daripada materi atau uang, seperti kutipan wawancara berikut ini :

“Biasanya yang bid and run itu membuang-buang waktu. Kita sudah menetapkan batas waktu pelunasan, jika ia masih mengulur untuk meminta waktu tambahan untuk pelunasan. Kita juga tidak menunggu dia saja, masih banyak orang yang berhubungan dengan kita selaku pengelola grup. Kita inisiatif pertama untuk menghubungi melalui messenger Facebook, jika responnya menggantung terlebih lagi ia langsung menyatakan cancel, itu tandanya ia langsung masuk ke dalam daftar bid and run”

Dari pernyataan yang diberikan kedua informan kunci diatas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan pengelola grup untuk mengurangi kerugian biaya dalam hal waktu. Dalam hal ini pengelola grup menyatakan bahwa banyaknya pemenang lelang yang meminta waktu tambahan untuk melunasi jumlah yang harus dibayar bisa diatasi dengan melakukan inisiatif menghubungi yang bersangkutan terlebih dahulu.

3. Hasil dan Laba

Hasil dan laba adalah ganjaran dikurangi biaya. Bila dalam suatu hubungan seorang individu merasa bahwa ia tidak memperoleh laba sama sekali, ia akan mencari hubungan lain yang mendatangkan laba.

Kasus *bid and run* ini sudah sangat jelas merugikan pengelola grup dan juga penitip lelang.

Pengelola grup tidak akan mendapatkan apa-apa dari pelaku *bid and run* selain reputasi yang tidak baik yang akan didapatkan oleh grup yang dikelolanya. Berikut wawancara dengan informan kunci Didiet Hermawan :

“Sudah sangat sering biasanya langsung di blokir saja dan dihapus dari grup jika yang bersangkutan setelah dihubungi melalui messenger Facebook masih tidak ada respon. Kalau kita juga terkoneksi dengan sesama pengelola lelang lainnya, misalnya si A sudah ada di daftar Bid and run lelang lain, kita hubungi admin tersebut untuk konfirmasi apakah benar yang bersangkutan pelaku bid and run, kalau iya, yah langsung kita blok tanpa basa basi. Jika dibiarkan ada kemungkinan dia akan seperti itu di tempat lelang ini”

Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui informan kunci dan informan dua, pengelola grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery sudah cukup mengetahui apa yang harus dilakukan ketika ada pemenang lelang yang terindikasi akan melakukan *bid and run*, yaitu dengan mengeluarkan dan mencegah pemenang lelang yang tidak bertanggung jawab utk tidak kembali ke dalam grup karena sudah jelas tidak mendatangkan keuntungan bagi dirinya, reputasi grup ataupun anggota lainnya.

4. Tingkat Perbandingan Menunjukkan Ukura Baku (standar)

Tingkat perbandingan menunjukkan ukuran baku (standar) yang dipakai sebagai kriteria dalam menilai hubungan individu pada

masa lalu atau alternatif hubungan lain yang terbuka baginya. Bila pada masa lalu seorang individu mengalami hubungan yang memuaskan, tingkat perbandingannya menurun.

Dalam penelitian ini seperti diungkapkan oleh informan 3 berikut ini :

“Pengelola grup yang saya tahu biasanya melihat hubungan dengan yang sering melakukan lelang dan transaksinya lancar, biasanya langsung masuk ke album testimoni akan terus dia tingkatkan, malah sebaliknya jika ada orang baru yang ikut lelang itu biasanya pesimis karena ditakutkan belum mengetahui aturannya yang akhirnya pasti bid and run”

Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui informan diatas dapat diketahui bahwa tingkat perbandingan menunjukkan ukuran baku (standar) yang digunakan oleh pengelola grup untuk mencegah adanya pelaku *bid and run* adalah berdasarkan hubungan pada masa lalu, dimana reputasi seseorang sangat berpengaruh. Jika rekam jejak masa lalu peserta lelang jersey tersebut buruk maka sudah dipastikan tidak akan diberikan akses untuk masuk dan mengikuti lelang di dalam grup.

Triangulasi

Dalam penelitian ini uji kredibilitas data dilakukan dengan teknik triangulasi perpanjang penelitian. Dalam penelitian kualitatif, peneliti terjun ke lapangan dan ikut serta dalam kegiatan-kegiatan subyek penelitian. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, akan tetapi memerlukan waktu yang lebih

lama dari sekedar untuk melihat dan mengetahui subjek penelitian. Keikutsertaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses aktivitas dimana peneliti ikut mengamati, melihat, memahami subjek dan objek penelitian dalam setiap lelang yang diunggah oleh pengelola grup selama proses penelitian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari serangkaian pemaparan hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi Interpersonal Pengelola Grup Penjualan Jersey di Facebook (Studi Kasus *Bid and Run* Pada Grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery), maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang menentukan komunikasi interpersonal untuk meminimalisir adanya kasus *bid and run* diantaranya adalah prediksi berdasarkan data psikologis pemenang lelang yang didapatkan pengelola grup lelang dari status-status Facebook pemenang lelang sehingga pengelola grup dapat memprediksi keadaan emosional setiap pemenang lelang sebelum berkomunikasi dengan pemenang lelang.

2. Hambatan-hambatan yang menjadi faktor penyebab terjadinya *bid and run* yaitu mengenai masalah hambatan teknis terkait masalah signal, selain itu adalah hambatan manusiawi yang berasal dari peserta lelang itu sendiri diantaranya tidak mengetahui peraturan lelang, kesalahan dalam menentukan ongkos kirim ke daerahnya masing-masing, dan tidak memiliki cukup uang.

3. Strategi komunikasi interpersonal pengelola grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery dalam meminimalisir pelaku *bid and run* dalam lelang yang dimainkan berupa menggunakan kata-kata yang mudah dipahami dan menjadi pendengar yang baik dan cermat melalui berkomentar secara langsung di unggahan lelang maupun melalui media sosial seperti WhatsApp dan *messenger* Facebook. Hal ini tentunya sangat memberikan kontribusi bagi grup Facebook Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery, komunikasi ini membangun komunikasi yang interaktif karena prosesnya terjadi secara dialogis sehingga menunjukkan adanya interaksi.

4. Komunikator dalam pelaksanaan strategi komunikasi interpersonal dalam meminimalisir adanya pelaku lelang *bid and run* adalah pengelola grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery yaitu Rama Ridho, komunikannya yaitu para anggota grup Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery. Penyampaian pesan dilakukan dengan *one side issue* yaitu pesan yang menonjolkan kebaikan dan keburukan. Dalam menyampaikan pesan pengelola grup menyampaikan dengan baik, menggunakan bahasa yang sopan, bersifat informatif dan persuasif.

Saran

Selain kesimpulan diatas, penulis juga akan mengajukan beberapa saran yang diharapkan

dapat memberikan suatu manfaat yang besar bagi kemajuan grup Facebook yang penulis teliti yaitu Lelang Jersey & Aksesoris Sepakbola dari GO, PI, AAA-Original R7 Gallery. Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Pengelola grup sebaiknya mendata satu persatu peserta lelang yang sudah mulai melakukan *bidding* terkait informasi pribadi secara detail, mulai dari alamat rumah hingga nomor telepon.

2. Pengelola grup dapat mencari media komunikasi yang lebih tepat selain media sosial WhatsApp, media *wall* grup dan *messenger* Facebook dirasa sudah cukup baik namun pada pengemasan informasi mengenai peraturan grup harus lebih spesifik sehingga informasi yang diterima lebih efektif.

3. Dalam mengungkapkan informasi dan memberikan pemahaman berkaitan dengan peraturan grup, pengelola grup harus lebih menekankan dalam penyampaian informasi yang dibutuhkan anggota grup.

4. Harus bisa mempertahankan dan lebih meningkatkan komunikasi interpersonal agar pelayanan semakin maksimal.

5. Menambah jumlah pengelola grup guna meningkatkan pemahaman informasi yang dibutuhkan anggota grup agar lebih maksimal dan bisa meminimalisir berbagai hambatan sebagai faktor yang menyebabkan *bid and run* dan juga meminimalisir adanya pelaku *bid and run*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yusuf Zainal. 2015. *Manajemen Komunikasi (filosofi, konsep dan aplikasi)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Alo, Liliweri. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif :Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenama Media Group.
- Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Cangara, Hafied. 2011. *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dedy, Mulyana, 2000. *Ilmu Komunikasi, Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Devito, A. Joseph. 2011. *KomunikasiAntarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Book
- Effendi, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *IlmuKomunikasi Teori danPraktek*. Cetakan kesembilan belas. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Freddy, Rangkuti. 2006. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Haryani, Dwi. 2014. *Pelaksanaan Komunikasi Interpersonal Kepala Sekolah Dengan Guru di SMK Muhammadiyah Karangmojo [skripsi]*. Yogyakarta: Program Sarjana, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ikbal, Kaderia. 2014. *Strategi Komunikasi BPJS Kesehatan Makassar dalam Mensosialisasikan Program Jaminan Kesehatan Nasional(JKN) [skripsi]*. Makassar:Program Sarjana, Universitas Hassanudin.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Rakhmat, Jalaludin. 2002. *Psikologi Komunikasi. Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2008. *Psikologi Komunikasi (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rizky & Wati. 2009. *5 Jam Belajar Cepat Menggunakan*

Facebook. Bandung: CV. Irama Widya.

Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi : Teori dan Studi Kasus*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.

Ruslan, Rosady. 2002. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.

Santoso, Iman Bagus. 2014. *Strategi Komunikasi Interpersonal Guru Kelas Autis di Sekolah Luar Biasa Negeri Pembina Samarinda [skripsi]*. Samarinda: Program Sarjana, Universitas Mulawarman.

Sarwono, Sarlito. 2009. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta :PT Raja Grafindo Persada.

Satori, Djam'an dan Komariah, Aan. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabet

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suprpto Tommy. 2009. *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. Jakarta: Medpress.

(Diakses 10 Juni 2018 pukul 11..00 WIB)

<https://balelang.com/bidder/>

(Diakses 16 Juli 2018 Pukul 20.00 WIB)

Sumber lain

<http://tekno.kompas.com/read/2016/10/20/17062397/jumlah.pengguna.facebook.di.indonesia.terus.bertambah>
(Diakses 6 Januari 2016, pukul 17.50 WIB)

<https://www.facebook.com/ridhoimovic?fref=ts>

(Diakses 16 Januari 2017 pukul 11.00 W.I.B)

<http://wearesocial.sg>

(Diakses 02 Juni 2017 pukul 20.30 WIB)

<http://jdih.kemenkeu.go.id/>