

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Telah ditarik kesimpulan pada penelitian yang membahas fenomena *leisure time* pada komunitas *diecast* di media sosial yang berlatar studi kasus tentang dinamika *leisure class* pada komunitas dalam aplikasi Facebook. *Leisure time* sendiri adalah waktu luang yang selalu dimiliki oleh individu ditengah kesibukan yang mereka. Berbeda dengan *leisure time*, *leisure class* menurut Thorsten Veblen, merupakan kelas sosial yang dianggap sebagai pembebasan dari cara kerja yang produktif. Sedangkan komunitas *diecast* adalah tempat untuk individu yang memiliki hobi mengoleksi *diecast* dan menjadi wadah untuk bersosialisasi secara *digital*. Berdasarkan temuan yang ada, telah terbukti jika terdapat anggota komunitas yang memanfaatkan *leisure time* atau waktu luangnya untuk mencari atau berburu *diecast* dikala kesibukan yang mereka lakukan setiap hari. Alasan mereka memilih *diecast* sebagai pengisi waktu luang pun beragam, mulai dari yang sudah hobi cukup lama, tidak menggunakan waktu luangnya untuk berolahraga, suka dengan kendaraan mobil yang asli, dan dijadikan mata pencaharian sampingan karena sudah tergolong ke dalam *financial freedom*. Adapun peran-peran yang mereka lakukan dalam komunitas *diecast*, seperti ketua komunitas dan *event diecast* di Indonesia, penjual dan pembeli dalam komunitas, dan fotografer *diecast*.

Komunitas *diecast* ini dibuat pada aplikasi Facebook, komunitas ini tidak hanya ada satu macam, namun cukup beragam jenis dan nama yang tersebar di Facebook, komunitas khusus kendaraan, khusus mainan, dan juga tempat jual-beli kendaraan. Seperti komunitas kendaraan asli, komunitas tersebut dibedakan berdasarkan nama, seperti merk atau *brand*, jenis *diecast*, merk kendaraan, ukuran *diecast*, dan terdapat komunitas yang hanya dikhususkan untuk jual-beli *diecast*. Secara historis, komunitas *diecast* di Indonesia telah hadir sejak lama, atau sudah mencapai dua dekade, yaitu 20 tahun lamanya. Lahirnya komunitas *diecast* di Indonesia memiliki tujuan yang cukup spesifik, yaitu bermain dan mengoleksi dapat dirasakan lebih bermakna jika dilakukan bersama individu-individu yang memiliki hobi serupa. Pada komunitas *diecast* yang menjadi lokasi penelitian ini pun turut memiliki visi misi dan tujuan, seperti Visi: Mendirikan komunitas *diecast* yang dapat

mengumpulkan dan menjadi tempat bagi para teman-teman kolektor *diecast* yang turut memiliki minat yang sama, Misi: Berasal dari adanya kesadaran, tanpa adanya komunitas *diecast*, akses informasi terkadang mengalami keterbatasan dan persebaran yang kurang menyeluruh, dan Tujuan: Komunitas *diecast* ditujukan untuk membangun rasa kekeluargaan dan kedekatan antaranggota. Secara karakteristik, komunitas *diecast* ini dapat terlihat lewat tiga aspek, yaitu sosial, ekonomi, dan budaya. Pada ketiga aspek ini selalu berkaitan untuk membentuk identitas komunitas yang menjadi ruang untuk para penghobi secara inklusif namun terbuka.

Pada penelitian ini telah ditemukan jika adanya rasa ketertarikan mengoleksi *diecast* merupakan adanya rasa ketertarikan akan model *diecast* dan mobil asli, yang sesuai dengan preferensi pribadi. Pembelian *diecast* sendiri tidak menentu setiap hari, hanya ketika mereka menemukan *diecast* yang diinginkan. Terdapat juga jumlah pengeluaran untuk membeli *diecast* yang mencapai Rp700.000 hingga jutaan rupiah, berdasarkan variasi tertentu. Komunitas *diecast* juga telah berperan untuk meningkatkan minat untuk mengoleksi bagi yang baru bermain maupun yang sudah lama bermain, para kolektor sekaligus anggotanya dapat melihat keragaman jenis dan merk yang dimiliki oleh kolektor lain, termasuk yang jarang serta sulit ditemui sebelumnya. Pada kolektor yang juga sering memotret *diecast*, mereka memiliki kebiasaan untuk sekedar *sharing* atau sekedar pamer (*flexing*) yang ditujukan untuk koleksi terbarunya dan menampilkan hasil fotografi yang telah dilakukan. Intensitas *leisure time* juga dilakukan dalam kondisi tertentu, *leisure time* perlu digunakan pada saat “kosong”, seperti pada waktu siang dan sore hari. Secara mendalam, motif mengoleksi *diecast* sebagai *leisure time*, *diecast* dapat menjadi suatu pelampiasan dalam menikmati berbagai model kendaraan dalam ukuran mini (miniatur). Selain itu juga, *diecast* turut memiliki nilai jual beli yang lebih mudah ketimbang mobil asli, yang membuat kolektor dapat langsung menjualnya ketika merasa bosan, dan *diecast* tersebut akan selalu bernilai bagi para kolektornya.

Pada penelitian ini, telah ditemukan jika aktivitas mengoleksi *diecast* bukan hanya wadah bagi para kolektor dalam menjalankan hobi dan memanfaatkan *leisure time*, tetapi menjadi ruang sosial yang memunculkan praktik *leisure class* dalam komunitas *diecast*. Pada komunitas tersebut terdapat perbedaan jenis, harga, dan kelangkaan *diecast*, yang secara

tidak langsung telah membuat persaingan antar anggota, terutama pada jumlah koleksi dan kemampuan membeli *diecast* yang tidak selalu dipengaruhi kebutuhan hobi, akan tetapi dipengaruhi oleh tren, pengaruh lingkungan, dan keinginan demi memperoleh pengakuan dari anggota komunitas lain. Lalu dalam aktivitas mengunggah koleksi *diecast* pada komunitas Facebook dapat menunjukkan adanya praktik *conspicuous leisure*, yang di mana waktu luang digunakan untuk memamerkan koleksi, pengalaman mencari *diecast*, dan fotografi *diecast*. Pada kondisi ini, membuat *diecast* bukan hanya dipandang sebagai barang koleksi atau hobi, melainkan simbol status sosial yang dapat menunjukkan kemampuan ekonomi, relasi, dan posisi dalam komunitas. Secara praktik, hubungan sosial telah terjalin lewat aktivitas *sharing*, transaksi jual-beli, dan interaksi antar kolektor, yang dilakukan secara “terselubung” menimbulkan hierarki sosial dan pengakuan kepada anggota yang memiliki koleksi bernilai dan terkenal dalam komunitas.

Tetapi dalam penelitian ini terdapat beberapa faktor penghambat, seperti tidak banyaknya anggota komunitas yang tergolong ke dalam *leisure class*, jumlah komunitas yang banyak menyulitkan pencarian anggota yang sesuai dengan kualifikasi topik penelitian, dan beberapa jawaban informan penelitian yang tidak sesuai dengan pertanyaan yang diberikan. Selain itu juga jumlah anggota komunitas yang sangat banyak di setiap komunitas turut menyulitkan kualifikasi, kesalahpahaman terkait topik penelitian, dan keterbatasan waktu penelitian. Jika dilihat dari keseluruhan penelitian, komunitas *diecast* yang berada pada aplikasi Facebook berhasil menjadi media para kolektor *diecast* dalam mengembangkan *leisure time* dan hobi seorang individu. Dengan berbagai cara melakukan aktivitas, seperti berbagi informasi, menunjukkan koleksi, melakukan praktik jual-beli, dan berinteraksi dengan sesama anggota komunitas, komunitas ini dapat dikatakan mampu membuat ruang sosial yang telah mendukung berjalannya hobi para kolektor. Adanya keberadaan komunitas turut memberi kesempatan bagi para anggotanya untuk memanfaatkan *leisure time* yang lebih teratur dan tetap produktif dengan peminatan atau hobi. Lalu dengan adanya interaksi yang terjadi secara terus-menerus, telah membentuk identitas sosial para anggotanya sebagai sekelompok kolektor. Namun hal ini juga telah memunculkan *leisure class* yang tergolong jarang pada kelompok kolektor mainan lain. Selain itu dengan keragaman bentuk interaksi dan partisipasi dalam komunitas *diecast*, anggotanya tidak hanya menampilkan minatnya

dalam mengoleksi, tetapi juga menampilkan posisinya agar mendapat pengakuan sosial yang telah terbentuk dalam komunitas.

5.2 Saran

Penelitian tentang fenomena *leisure time* pada komunitas *diecast* di media sosial dengan studi kasus tentang dinamika *leisure class* pada komunitas dalam aplikasi Facebook. Perlu memperdalam tentang teori *leisure class* itu sendiri, agar pembahasan dalam penelitian dapat lebih terhubung dengan teori yang digunakan. Lalu dalam pencarian informan penelitian diperlukan individu yang telah tervalidasi masuk ke dalam *leisure class* agar data untuk pembahasan penelitian lebih sesuai dengan topik. Selain itu terdapat beberapa saran untuk pengembangan penelitian yang dapat dilakukan selanjutnya, seperti berikut:

1. Pada komunitas perlu membuat struktur organisasi agar susunan para anggotanya dapat lebih jelas dan teratur
2. Pada komunitas perlu membuat peraturan yang jelas tentang sistem jual-beli dan aktivitas berbagi agar para anggotanya tidak bebas dalam mengunggah tentang *diecast*
3. Penelitian berikutnya perlu memperdalam makna teori *leisure class* agar pembahasan penelitian dapat sesuai dengan teori
4. Penelitian berikutnya bisa menggunakan teknik penelitian campuran atau *mix method*, agar bisa menyebarkan lembar penelitian dalam komunitas secara *online* dan *offline* untuk mempermudah pencarian dan pengolahan data
5. Pada diri penulis perlu mencari individu yang valid dengan topik penelitian
6. Pada diri penulis perlu memperluas lokasi penelitian yang terdapat komunitas *diecast* agar data lebih bervariasi.