

## **DINAMIKA EMOSI BERBASIS KELOMPOK DALAM PAGUYUBAN PEDAGANG KAKI LIMA**

*Bima Arya Kuswirawan<sup>1</sup>, Fathul Himam<sup>2</sup>*

Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada

e-mail: <sup>1</sup>bima.kuswirawan@gmail.com, <sup>2</sup>fhimam@ugm.ac.id

### **Intisari**

Kondisi hingar bingar lokasi wisata Malioboro yang terdapat di daerah Yogyakarta tidak dapat dipisahkan dari keberadaan pedagang kaki lima. Seluruh pedagang kaki lima yang terdapat di Malioboro tergabung dalam paguyuban-paguyuban yang terbagi dari jenis dagangan, lokasi dan waktu untuk berdagang. Penelitian ini berusaha melihat bagaimana dinamika emosi berbasis kelompok yang terdapat dalam paguyuban pedagang kaki lima Malioboro dan hal apa saja yang mempengaruhi timbulnya emosi berbasis kelompok tersebut. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan adanya satu emosi berbasis kelompok yang muncul, yaitu perasaan bangga. Perasaan bangga yang terdapat dalam paguyuban pedagang kaki lima Malioboro disebabkan oleh perasaan menjadi sebagai ikon Malioboro, sebagai penunjang sektor pariwisata dan perekonomian, serta memiliki perasaan "satu kena, kena semua". Perasaan bangga tersebut akhirnya membuat pedagang menjadi ingin menjaga lingkungan Malioboro.

**Kata kunci:** emosi berbasis kelompok, paguyuban, pedagang kaki lima



## THE DYNAMIC OF GROUP-BASED EMOTION ON STREET VENDORS COMMUNITY

*Bima Arya Kuswirawan<sup>1</sup>, Fathul Himam<sup>2</sup>*

Faculty of Psychology, Universitas Gadjah Mada

e-mail: <sup>1</sup>bima.kuswirawan@gmail.com, <sup>2</sup>fhimam@ugm.ac.id

### Abstract

The frenetic condition of Malioboro tourism location in Yogyakarta area cannot be separated from the existence of street vendors. All street vendors located in Malioboro are incorporated in the community groups which are divided into merchandise, location and time to trade. This research tries to see how the dynamics of the group-based emotional contained in the community of street vendors Malioboro and what affects the emergence of group-based emotions. This research was conducted by using phenomenology approach. Based on the results of the study, researchers found the existence of a group-based emotions that arise, namely feeling proud. The feeling of pride in the community of Malioboro street vendors is caused by the feeling of being the icon of Malioboro, as a supporter of the tourism sector and the economy, and has a "satu kena, kena semua" feeling. Feelings of pride is finally made traders want to keep the environment of Malioboro.

**Keywords:** group-based emotion, community, street vendor