

KONTRIBUSI IDENTITAS SOSIAL TERHADAP KONFORMITAS PADA PENGGEMAR K-POP

Desiyani Arum Rengganis

Universitas Indonesia

Abstrak

Identitas sosial adalah pandangan individu tentang siapa dirinya selama orang tersebut berada dalam kelompok sosial tertentu. Bagian dari konsep diri yang berasal dari keanggotaan dalam satu atau lebih kelompok sosial, dan dari evaluasi yang diasosiasikan dengannya. Konformitas adalah suatu keadaan dimana individu mengubah perilakunya agar selaras dengan orang lain. Individu merubah perilakunya sebagai hasil dari tekanan kelompok yang nyata atau hanya berdasarkan imajinasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi identitas sosial terhadap konformitas pada penggemar K-pop. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan uji hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi sederhana. Sampel penelitian sebanyak 71 responden penggemar K-pop. Pengambilan data dengan menggunakan skala identitas sosial dan skala konformitas. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh identitas sosial mempengaruhi konformitas sebesar 17.9%.

Kata Kunci: *Identitas sosial, konformitas, penggemar K-pop*

THE CONTRIBUTION OF SOCIAL IDENTITY TO CONFORMITY OF K-POP'S FANS

Abstract

Social identity is an individual view of who she is as long as such person is in a particular social group. Part of the concept of self that comes from membership in one or more social groups, and of the evaluation associ- him. Conformity is a condition in which individuals change their behavior in order to align with others. Individu changing their behavior as a result of the pressure of a real group or only by the imagination. This study aims to determine the contribution of the social identity of the conformity to penggemar K-pop. The method used in this research is quantitative method and hypothesis testing was done by using simple regression analysis. Samples are 71 respondents fans of K-pop. Retrieval of data by using a scale of social identity and scale of conformity. From the results of this study concluded that there are significant social identity affect the conformity of 17.9%

Keywords : Conformity, fans of K-pop, Social Identity

PENDAHULUAN

Dewasa ini music sudah men-jadi bagian gaya hidup modern. Bukan saja di negara-negara maju tapi, juga di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Musik bahkan berfungsi sebagai “bahasa dunia” yang menyatukan orang di berbagai tempatberbeda, khususnya kaum remaja dan “anak-anak muda”.

Menurut Jamalus, music adalah suatu hasil karya seni berupa bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur pokok music yaitu, irama melodi, harmoni, dan bentuk atau struktur lagu serta ekspresi sebagai suatu kesatuan [4].

Musik memiliki beberapa genre yang dikelompokkan berdasarkan nada, irama, teknik musik, konteks, tempo, tema, dan skala geografis. Dari masa ke masa genre music baru juga banyak yang muncul disebabkan oleh karakteristik lagu yang unik dan tidak cocok dengan semua genre musik yang ada. Beberapa genre musik yang populer di duniyaitu, Pop, Rock, R&B, Hip Hop & Rap, Jazz, dan Soul [8].

Salah satu musik pop yang tengah mempengaruhi dunia adalah musik K-pop. Sekitar awal tahun 2011, K-pop mulai masuk kesejumlah Negara Asia bahkan Eropa, tanpa terkecuali Indonesia. Mulanya, tahun 2002 drama korea diperkenalkan di Indonesia lewat televisi-televisi swasta. Salah satu judul yang sangan di gandrungi yaitu ‘*Endless Love*’. Setelah itu, tak kurang dari 50 judul drama korea memenuhi industri hiburan di tanah air. Semakin popularnya drama Korea menjadikan segala se-

suatu yang berhubungan dengan Korea diminati di Indonesia, salah satunya dalam bidang musik. Tidak sedikit juga artis drama Korea yang turut berprofesi sebagai penyanyi, karena pada umumnya drama-drama Korea menghadirkan *original soundtrack*, bahkan dinyanyikan oleh actor atau aktrisnya sendiri. Kedina-misan musik Korea dengan dramanya inilah yang menciptakan ketertarikan sehingga music korea juga di minati. Terlebih, perpaduan antara cerita dalam drama dan music sebagai latarnya, membuat penonton semakin terhanyut dalam cerita.

Berawal dari sinilah music K-pop merambah ke Indonesia. Fisik dan penampilan yang memukau dari para artis Korea tentu saja menambah hysteria penggemar-penggemarnya. *Boyband* dan *girlband* Korea umumnya memiliki jumlah personil yang banyak sehingga penggemar lebih variatif memilih idolanya, *dance* yang kompak dipadu dengan *wardrobe* yang berkonsep [6].

Para artis Korea memiliki sebutan sendiri bagi para penggemar mereka, misalnya Super Junior yang menyebut penggemar mereka ELF yang merupakan singkatan dari *Ever Lasting Friends*. Shinee menamakan penggemar mereka Shawol. Big Bang dijuluki para penggemar mereka VIP. Hottest merupakan sebutan yang diberikan penggemar untuk 2PM.

SNSD menamakan penggemar mereka Sone. CN Blue menyebut penggemar mereka Boice yang merupakan singkatan dari *Blue Of Voice*. 2NE1 menjuluki nama penggemar mereka *Blackjack*. *Wonderful* yang merupa-

kan nama penggemar dari Wonder Girls. Menurut hasil statistik, jumlah penggemar budaya K-pop, yang dikenal sebagai 'Hallyu' mencapai 3,3 juta di seluruh penjuru dunia dan hal itu membuktikan perhatian dunia pada 'Hallyu' atau 'Korean wave'. Berdasarkan wilayah, Asia memiliki basis penggemar terbesar (KBS World Radio, 2011).

Henry Jenkins memandang aktivitas pembacaan yang dilakukan penggemar sebagai sebuah pengembangan "tindakan berburu menjadi sebuah seni". Penggemar digambarkan oleh Jenkins sebagai individu yang tengah melakukan perburuan makna atas suatu produk budaya dimana pemaknaan tersebut adalah sebuah tindakan bebas yang melibatkan intelektual dan emosinya [9]. Ia menolakan anggapan bahwa makna dikendalikan oleh produsen atau dunia industri. Manusia memiliki hasrat untuk mencari dan memaknai budaya dalam rangka membentuk identitas dirinya dan penggemar adalah orang-orang yang menarik suatu produk budaya agar bisa memilikinya secara penuh lalu mengintegrasikannya pada kehidupan sehari-hari mereka.

Penggemar *Korean Wave* pada komunitas *fansclub* masing-masing akan memberikan dukungan kepada idolanya dan sesama *fans* akan setia mendampingi idolanya, karena perilaku konformitas yang ditunjukkan oleh kelompok tersebut.

Walaupun remaja memiliki *fansclub* berbeda-beda tetapi sesama penggemar K-pop mereka akan saling memberikan dukungan, konformitas dari orang-orang sekitar yang menyukai K-pop sehingga mereka akan mulai tertarik pada dunia K-pop itu sendiri. Lebih lagi yang menjadi pasar dari musik ini ke-

banyakan adalah kalangan remaja, pada saat itu mereka akan lebih cenderung konform pada teman-temannya. Sebuah tekanan atau tuntutan teman-teman sebaya pada masa remaja dapat bersifat positif maupun negatif [7]. Remaja memiliki kegemaran masing-masing dalam menentukan idola mereka, seperti halnya music K-pop yang banyak digemari membuatnya banyak memiliki penggemar setia sehingga setiap *boyband* dan *girlband* memiliki *fans* juga memiliki *fansclub* sendiri-sendiri dan memisahkan diri dengan *fansclub* yang lain sesuai dengan yang mereka sukai [7].

Usia remaja rentan terhadap perilaku konformitas. Konformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh mereka. Konformitas dapat terjadi karena adanya tekanan yang dipengaruhi oleh pengaruh sosial. Suatu konformitas biasanya rentan terjadi pada remaja yaitu usia 12-18 tahun yaitu pada usia remaja awal hingga remaja tengah [5].

Pengaruh konformitas juga memunculkan perilaku diantaranya gaya bahasa, sikap, aktivitas sosial yang akan diikuti, nilai-nilai yang dianut dan penampilan diri. Faktor yang mempengaruhi konformitas menurut Baron dan Byrne adalah pengaruh dari orang-orang yang disukai, pengaruh dari ukuran kelompok dan tekanan sosial [3].

Konformitas muncul karena adanya kesamaan minat, nilai, dan norma yang dianut oleh anggota kelompok, serta adanya interaksi yang terus menerus dalam suatu kelompok tertentu. Konformitas memberikan dampak hilangnya pendapat atau aspirasi tiap individu. Mengingat keputusan yang dilaksanakan

adalah keputusan kelompok, sehingga setiap anggota kelompok secara sadar maupun tak sadar terseret ke dalam keputusan kelompok [11].

Konformitas jugadilakukan agar terhindar dari prasangka (*prejudice*) dan membentuk konsep diri berupa identitas sosial yang didasarkan pada afiliasi kelompok serta identitas personal yang didasarkan pada karakteristik individual yang unik. Identitas sosial merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh seorang anggota kelompok atau kelompoknya yang dianggap sesuai dengan identitas yang adapada dirinya. Keberadaan kelompok akan membentuk katanemosi antaradiri yang ada dalam kelompoknya [11].

Identitas sosial, identitas sosial adalah pengetahuan seseorang bahwa mereka termasuk dalam kelompok sosial. Identitas sosial juga merupakan bagian dari konsep diri individu yang berasal dari persepsi keanggotaannya pada kelompok sosial [2].

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Reicher & Levine, menyatakan bahwa manipulasi identitas mempengaruhi arti penting relatif dari identitas pribadi atau sosial dan karenanya pilihan standar untuk mengontrol perilaku [11]. Penelitian ini memberikan kontribusi untuk perpanjangan argumen ini sesuai dengan manipulasi identitas yang tidak hanya mempengaruhi arti penting dari identitas sosial, tetapi juga komunikasi strategis identitas sosial.

Turner menjelaskan dalam hal pengoperasian proses perbandingan sosial antara kelompok berdasarkan kebutuhan akan identitas ingroup positif. Hubungan antara identitas sosial dirasakan dalam perbandingan antar kelom-

pok dan dikatakan bahwa perbandingan sosial menimbulkan proses diferensiasi bersama antara kelompok-kelompok yang dapat dianalisis sebagai persaingan sosial. Kompetensi social dibedakan dari kompetensi yang realistis (konflik ke-pentingan kelompok) [11].

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari dua alat ukur, yaitu skala identitas sosial dan skala konformitas. Sampel dalam penelitian ini adalah individu penggemar K-pop yang berjumlah 71 responden. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for Windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil utama penelitian ini memperlihatkan terdapat kontribusi antara identitas sosial dengan konformitas pada penggemar K-pop. Hipotesis yang berbunyi ada kontribusi identitas sosial terhadap konformitas pada penggemar K-pop diterima. Nilai $r = 0,423$,

Tabel 1.
Hasil Uji Regresi Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.423 ^a	.179	.167	6,70499

Nilai *adjusted R squared* diperoleh sebesar 0,179. Hal ini berarti bahwa variabel identitas sosial mempengaruhi konformitas sebesar 17,9% yang meng-andung arti dimana semakin tinggi identitas sosial maka semakin rendah konformitas begitupun sebaliknya se-makin rendah identitas sosial maka se-makin tinggi konformitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kontribusi identitas sosial secara signifikan terhadap konformitas pada penggemar K-pop. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa hipotesis “ada kontribusi identitas sosial terhadap konformitas pada penggemar K-pop” diterima. Berdasarkan analisis data yang dilakukan diketahui bahwa terdapat pengaruh antara identitas sosial dan konformitas. Identitas sosial mempengaruhi konformitas sebesar 17,9%.

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik regresi sederhana dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,050$). Berdasarkan hasil analisa tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima, yaitu terdapat kontribusi identitas sosial terhadap konformitas pada penggemar K-pop. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara identitas sosial terhadap konformitas. Identitas sosial didapatkan mean empirik sebesar 98,55 sedangkan, konformitas didapatkan mean empirik sebesar 46,93 yang masuk dalam kategori sedang.

Byrne menyatakan bahwa identitas sosial mencakup tentang siapa dirinya termasuk di dalamnya atribut pribadi dan atribut yang dibaginya bersama dengan orang lain [5]. Identitas

sosial mencakup banyak karakteristik yang dapat mewakili diantaranya yaitu, *gender*, hubungan interpersonal, konsep diri, dan lainnya. Dalam identitas sosial individu mengasosiasikan diri mereka dengan kelompok sosial dan peran yang mempengaruhi perilaku dan tindakan mereka.

Martin dan Hewstone, orang lebih suka menyesuaikan diri dengan perilaku kelompok bila mereka menganggap anggota kelompok itu benar dan apabila mereka ingin disukai oleh anggota kelompok [10]. Secara psikologis, kesetiaan dan kepatuhan pada kelompok, perasaan senasib dan sepenanggungan disebut konformitas. Konformitas ini muncul karena adanya kesamaan minat, nilai dan norma yang dianut oleh anggota kelompok, serta adanya interaksi yang terus menerus dalam suatu kelompok tertentu.

Konformitas memberikan dampak hilangnya pendapat atau aspirasi tiap individu. Mengingat keputusan yang dilaksanakan adalah keputusan kelompok, sehingga setiap anggota kelompok secara sadar maupun tidak sadar terseret ke dalam keputusan kelompok. Baron & Byrne mengemukakan bahwa konformitas terjadi agar terhindar dari prasangka (*prejudice*) dan membentuk konsep diri berupa identitas sosial yang didasarkan pada afiliasi kelompok didasarkan pada karakteristik individual yang unik [1].

Ellemers dan Ouwerkerk mengatakan bahwa ketika individu masuk dalam kelompok, maka identitas kelompok menjadi bagian dari konsep dirinya [2]. Setiap orang cenderung untuk meraih dan mempertahankan konsep diri yang positif, sehingga individu berusaha membuat penilaian positif terhadap kelompoknya. Orang memakai identitas sosialnya sebagai sumber dari kebanggaan

diri dan harga diri pemahaman kemampuan dirinyasendiri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, yaitu ada kontribusi yang signifikan antara identitas sosial terhadap konformitas pada penggemar K-pop. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi sederhana. Dalam menguji skala identitas sosial dan konformitas maka, hasil data yang didapatkan dari nilai adjusted R square sebesar 17,9 % yang dapat dikatakan bahwa semakin tinggi identitas sosial maka, semakin rendah konformitas. Sebaliknya, semakin tinggi konformitas maka, semakin rendah identitas sosial.

Adapun saran bagi penggemar K-pop agar untuk meyakinkan bahwa kelompok yang diikuti benar-benar sesuai dengan identitas yang ada pada dirinya dan bukan semata-mata karena ingin diterima di dalam kelompok tersebut.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar meneliti variabel yang dapat mempengaruhi identitas sosial dan juga konformitas, seperti usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin, faktor status sosial ekonomi, dukungan sosial, kepribadian, dan spiritualitas. Jika ingin mendapatkan subjek penelitian agar lebih mudah supaya mendatangi gathering K-pop yang sedang terselenggarakan, supaya peneliti dapat meyakinkan bahwa subjek yang mengisikuesioner adalah benar penggemar K-pop. Mengklasifikasi jenis kelamin yang lebih di-khususkan seperti perempuan atau laki-laki. Agar hasil penelitian yang diperoleh

lebih baik karena, kebanyakan dari penggemar K-pop adalah perempuan. Melakukan penelitian menggunakan uji penelitian lainnya, selain kontribusi. Di-karenakan hasil penelitian yang didapat dari penelitian ini memiliki pengaruh yang kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Baron & Byrne, D. (2004). Psikologi sosial. Jakarta : Erlangga.
- [2] Fadila, R. (2013). Hubungan identitas sosial dengan perilaku agresif pada geng motor. Psikologia. Vol 8 no 2
- [3] Fitriyani, Widodo, & Fauziah. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa genuk indah Semarang. Jurnal Psikologi Un-dip. No 1 Vol 12.
- [4] Imansyah, Nu. Iman. (2013). Pengertian musik. <http://dompetinspirasi.blogspot.com/2013/11/pengertianmusik.html>. di akses pada 25 Agustus 2015.
- [5] Maukar. (2013). Hubungan konformitas remaja dan identitas sosial dengan brand loyalty pada mereka starbucks coffee Surabaya. No 2 Vol 2.
- [6] Marpaung, A. 2014. *Tren K-pop yang bombastis*. <http://www.siperubahan.com/read/254/Tren-K-POP-yangBombastis>. Diakses pada tanggal 31 agustus 2015.
- [7] Pertiwi, Ayu. S. (2013). Konformitas dan fanatisme pada remaja korean wave (penelitian pada komunitas super junior fans club ELF “everlasting friend”) di Samarinda. No 1 Vol 2.

- [8] Qurays, H. (2014). *Macam-macam jenis aliran musik/genre diIndonesia*.<http://infomusikfilm.com/macam-macam-jenis-alirangenre-musik-di-dunia-2/>. Di akses pada 25 Agustus 2015
- [9] Storey, J. Rahmawati. (2006). *Cultural studies & kajian budaya pop: pengantar komprehensif teori & metode*. Yogyakarta: Jala-sutra.
- [10] Taylor, S. E., Peplau, L. A & Sears, D. O. (2006). *Social psychology*. London : Prentice Hall.
- [11] Utami & Silalahi, Y. Betty. (2013). Hubungan antara identitas sosial dan konformitas pada anggota kemonitas virtua; kaskus regional Depok.Proceeding PESAT.Vol 5

