

Pengembangan Skala Identitas Sosial: Validitas, dan Analisis Faktor Konfirmatori  
Proyeksi Vol. 15 (1) 2020, 58-67

**PENGEMBANGAN SKALA IDENTITAS SOSIAL: VALIDITAS, DAN ANALISIS FAKTOR  
KONFIRMATORI**

Mahesa Diaz Wibisono dan Musdalifah

Universitas Islam Indonesia, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Krawitan, Umbulmartani, Kec. Ngemplak, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584

*E-mail:* mahesa.diaz.md@gmail.com

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan alat ukur dan melakukan validasi terhadap skala identitas sosial. Skala identitas sosial diuji kepada mahasiswa angkatan 2018, laki-laki dan perempuan, serta berusia 16-21 tahun dengan total subjek sebanyak 226 mahasiswa. Pengembangan skala identitas sosial berdasarkan teori Cameron (2004) yang terbagi menjadi 3 aspek utama. Hasil penelitian dengan melakukan uji analisis faktor Konfirmatori menunjukkan bahwa identitas sosial memiliki nilai KMO sebesar 0.808. Selain itu identitas sosial terbagi menjadi 4 faktor yang telah dinamakan menjadi faktor *reflective*, *belonging*, *unsatisfaction*, dan *unconscious*.

**Kata kunci:** Analisis Faktor Konfirmatori, Identitas Sosial, Validitas

**DEVELOPMENT OF SOCIAL IDENTITY SCALE: VALIDITY, AND CONFIRMATORY FACTORS  
ANALYSIS**

**Abstract**

*This study aims to develop social identity scale measurement tools and test the validity. Respondents in this study were first year student of 2018, male and female, aged 16-21 years with a total subject of 226 students. The development of this measuring instrument is based on Cameron theory (2004) which consists of three aspects. Based on the result of data analysis from the EFA obtained KMO reflective, belonging, unsatisfaction, and unconscious.*

**Key words:** *Confirmatory Factor Analysis, Social Identity, Validity*

## Pendahuluan

Periode kerentanan terjadi pada siswa yang berada pada lingkungan baru khususnya pada tahun pertama karena membangun relasi serta menyesuaikan dirinya dengan nilai dan kondisi yang berbeda dari sebelumnya (Bitz, 2013). Proses transisi memunculkan banyak stressor bagi mahasiswa akibat berubahnya identitas secara sosial yang dimilikinya (Praharso, Tear, & Cruwys, 2017). Identitas sosial merupakan suatu proses dalam kelompok dengan interaksi antar anggota satu sama lain (Cameron, 2004).

Perspektif identitas sosial berasal dari konseptual dalam beberapa penelitian oleh Tajfel (1959). Identitas sosial didefinisikan sebagai pengetahuan individu yang dimiliki komunitas sosial tertentu bersama-sama dengan beberapa emosional dan nilai yang signifikan kepada keanggotaan komunitas tertentu (Cannella et al., 2015). Sedangkan Lam et al. (2010) mendefinisikan identitas sosial sebagai konsep diri individu yang dipersepsikan seseorang melalui hubungannya dengan kelompok sosial tertentu. White et al (2012) mengatakan bahwa identitas sosial adalah definisi individu tentang siapa dirinya, konsep diri, dan keanggotaan dalam kelompok. Identitas sosial juga merupakan gambaran diri sendiri yang didapatkan individu dari kategori sosial tempatnya berada (Coleman & Williams 2013). Berdasarkan *social identity theory*, seseorang akan mengklasifikasikan diri mereka sendiri terhadap kategori sosial tertentu, misalkan umur, gender, status ekonomi sosial, ketertarikan, ketrampilan, dan lainnya (Tajfal & Turner, 1986).

Konsep identitas sosial mendeskripsikan mengenai bagian dari konsep diri individu yang berasal dari keanggotaan dalam satu atau lebih kelompok sosial serta dari evaluasi yang diasosiasikan dengan kelompok tersebut (Taylor, Peplau, & Sears, 2009). Konsep diri dalam identitas sosial ini didasarkan pada afiliasi kelompok serta identitas personal yang didasarkan pada karakteristik individual yang unik. Selain itu menurut Postmes, Haslam, dan Jans (2013) identitas sosial mengacu pada kelompok sebagai suatu kesatuan yang dirasakan. Satu kesatuan tersebut meliputi anggota, norma, serta hubungan kelompok dengan kelompok luar.

Identitas sosial merujuk pada sejauh mana individu merasa dirinya menjadi bagian dari suatu kelompok (Tougas & Beaton, 2002). Lebih lanjut, Tougas dan Beaton menjelaskan bahwa meski individu dapat masuk dalam kelompok-kelompok tertentu, individu tersebut akan lebih terikat pada satu kelompok dibandingkan dengan kelompok yang lain. Hal ini yang menyebabkan identitas sosial erat kaitannya dengan perasaan deprivasi. Deprivasi merupakan determinan dalam menentukan identitas sosial seseorang. Petta dan Walker (1992) menjelaskan bahwa individu akan cenderung mengidentifikasi dirinya dengan kelompok yang tidak memberikan perasaan deprivasi. Identifikasi ini berpengaruh terhadap bagaimana individu memandang kelompoknya, dengan perkataan lain

terhadap harga diri kelompok. Hal ini selaras dengan penjelasan dari Tajfel dan Turner (1979) yang menyatakan ketika individu mengidentifikasikan dirinya dalam kelompok sosial tertentu, individu cenderung akan melakukan evaluasi dan mengembangkan harga dirinya. Tajfel (1981) juga mengemukakan bahwa identitas sosial merupakan bagian dari konsep diri individu. Konsep diri yang kemudian berkembang menjadi harga diri kolektif ini diperoleh dari pengetahuannya selama berinteraksi dengan kelompok sosialnya dimana individu merasa bernilai dan memiliki ikatan emosional. Individu pun perlu mengembangkan perasaan positif tidak hanya pada identitas pribadi, namun juga identitas sosialnya.

Mahasiswa memerlukan penyesuaian terhadap hal-hal baru dalam membentuk identitasnya, dimana penyesuaian tersebut tidak akan terlepas dari pengaruh orang lain atau kelompok lain seperti nilai-nilai yang dimiliki dalam sebuah kelompok. Isaksson et al. (2017) menyebutkan bahwa penilaian orang lain mengenai diri individu tertentu akan mempengaruhi identitas sosialnya yang akan mengarah pada peningkatan stress dan penurunan kinerja. Menurut Haslam, Hetten, Postmes, dan Haslam (2009) bahwa kelompok sosial akan memberikan dampak secara psikologis bagi individu melalui kemampuannya yang telah terinternalisasi sebagai bagian dari identitas sosial mereka. Yang dimaksud dengan kelompok sosial bukanlah sekedar sekumpulan individu yang pada suatu waktu secara bersama ada di suatu tempat. Jika terdapat banyak manusia yang berada pada tempat yang sama, tetapi masing-masing individu di dalamnya tidak mempunyai keterikatan satu sama lain maka disebut sebagai sebuah "kumpulan sosial" (*a social aggregate*) (Stangor, 2004). Seorang individu akan mengidentifikasi dirinya sebagai anggota dari kelompok tertentu karena adanya persamaan (*common social identification*) dengan anggota yang lain pada kelompok yang sama. Pengidentifikasian individu dilihat dari perannya sebagai anggota kelompok tertentu inilah yang menarik perhatian Tajfel. Dalam *social identity theory* Tajfel menekankan adanya 3 hal, yakni kategorisasi diri (*self-categorization*), perbandingan sosial dan diskriminasi antar kelompok.

Situasi dan kondisi baru pada mahasiswa yang mengalami transisi ialah awal dari pembentukan identitas sosial baru dimana identitas tersebut akan memberikan dampak secara psikologis bagi mereka. Selain meningkatkan kesejahteraan psikologis, identitas sosial juga dapat menurunkan gejala depresi pada individu. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Cruwys, Haslam, Dingle, Haslam, dan Jetten (2014) yang menyebutkan bahwa identifikasi sosial memiliki manfaat untuk menurunkan gejala depresi. Namun sebaliknya, ketika ketiga hal tersebut tidak didapatkan dalam kelompok, efek dari identitas sosial akan memberikan pengaruh negatif, dengan kata lain kesehatan dan kesejahteraan setiap individu erat kaitannya dengan kondisi kehidupan kelompok.

Menurut Michael A. Hogg (2003), identitas sosial terbentuk melalui 3 tahapan, yaitu *social categorization*, *prototype*, dan *depersonalization*. Kategori sosial berdampak pada definisi diri, perilaku, persepsi pada *prototype* yang menjelaskan dan menentukan perilaku. Ketika ketidakmenentuan identitas ini terjadi, maka konsepsi tentang diri dan sosialnya juga tidak jelas. *Prototype* juga bisa menjadi sebuah momok bagi kelompok sosial. Dengan memberikan *prototype* yang berlebihan pada kelompoknya, maka penilaian yang dilakukan kepada kelompok lain adalah jelek. *Stereotype* akan muncul pada kondisi seperti ini. Pada dasarnya *stereotype* muncul dari kognisi individu dalam sebuah kelompok. *Stereotype* juga bisa muncul dari kelompok satu terhadap kelompok lain yang berada di luar dirinya. *Prototype* adalah konstruksi sosial yang terbentuk secara kognitif yang disesuaikan dengan pemaksimalan perbedaan yang dimiliki oleh kelompok dengan kelompok lainnya. Depersonalisasi adalah proses dimana individu menginternalisasikan bahwa orang lain adalah bagian dari dirinya atau memandang dirinya sendiri sebagai contoh dari kategori sosial yang dapat digantikan dan bukannya individu yang unik.

Identitas sosial memiliki alat ukur yang telah di uji secara empiris baik validitas maupun reliabilitas. Skala ini sebelumnya dikembangkan oleh Tajfel (1974) dan Cameron (2004). Identitas sosial memiliki tiga aspek utama yaitu pusat kognitif, pengaruh *in group*, dan ikatan *in group*. Christian et al (2012) juga mengatakan bahwa identitas sosial dibagi menjadi tiga komponen. Pertama kognitif, identitas sosial merupakan bukti dari proses penggolongan individu yang membentuk kesadaran diri dalam menjadi anggota di komunitas virtual, dimana terdapat komponen yang sama dan berbeda dengan anggota komunitas dan bukan anggota komunitas yang lain (Palmer et al., 2013). Kedua, identitas sosial dilihat dari pengertian afektif yang dapat membuktikan tingkatan emosional dalam komunitas (Christian et al., 2012; Johnson et al 2013). Sedangkan yang ketiga, dilihat dari sisi evaluatif. Identitas sosial dapat diukur menggunakan sudut pandang individu dalam komunitas berupa akumulasi penghargaan individu atas harga dirinya dalam sebuah komunitas (Zaglia 2013). Selanjutnya skala dikembangkan lagi oleh Haslam dkk (2008) dan dikaitkan dengan kesejateraan psikologis individu dengan mengungkapkan lima faktor penyebab identitas sosial memiliki peran penting. Namun salah satu kelemahan yang sering umum ditemukan dalam sebuah skala adalah terdapat aitem yang tidak mengukur sesuai dengan aspek atau komponen dari sebuah konstruk yang diteliti Suharnan (2014).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti ingin mengetahui lebih jauh mengenai skala identitas sosial dengan berdasarkan skala yang telah ada dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif dengan fokus pada pengembangan alat ukur. Pengembangan alat ukur yang dilakukan dengan melakukan validasi skala identitas sosial dan

analisis faktor konfirmatori. Analisis faktor konfirmatori merupakan salah satu metode analisis multivariat yang dapat digunakan untuk mengkonfirmasi apakah model pengukuran yang dibangun sesuai dengan yang dihipotesiskan. Dalam analisis faktor konfirmatori, terdapat variabel laten dan variabel indikator. Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat dibentuk dan dibangun secara langsung sedangkan variabel indikator adalah variabel yang dapat diamati dan diukur secara langsung (Ghozali, 2005).

### 2.1. Prosedur

Prosedur dalam penelitian ini mengacu pada Suryabrata (2003) dalam proses pengembangan alat ukur. Proses pertama ialah dengan menetapkan tujuan dari penelitian. Selanjutnya merumuskan definisi operasional dari skala identitas sosial dan membuat *blueprint* skala. Skala tersebut diuji secara validitas melalui *expert judgement* (penilaian para ahli). Kemudian dilakukan analisis data dengan analisis faktor konfirmatori.

Guna mendapatkan alat tes yang baik, perlu dilakukan uji reliabilitas dan validitas. Reliabilitas adalah seberapa jauh suatu alat ukur memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama pada waktu yang berbeda (Anastasi & Urbina, 1997). Dalam pengertian yang paling luas, reliabilitas alat ukur menunjukkan sejauh mana perbedaan-perbedaan individual dalam skor tes disebabkan oleh perbedaan-perbedaan yang sesungguhnya dalam aspek yang diukur dan sejauh mana dapat dianggap disebabkan oleh kesalahan peluang. Pengujian selanjutnya adalah uji validitas. Validitas adalah sejauh mana alat ukur tersebut dapat mengukur hal yang mau diukur (Anastasi & Urbina, 1997). Validasi dilakukan dengan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA).

Menurut Thompson (2004) langkah-langkah dalam menguji validitas dari setiap alat ukur atau instrumen yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dilakukan uji CFA dengan model undimensional (satu faktor) dan dilihat nilai Chi-Square yang dihasilkan. Jika nilai Chi-Square tidak signifikan ( $p > 0.05$ ) berarti semua item telah mengukur sesuai dengan yang diteorikan, yaitu hanya mengukur satu faktor saja. Jika ini terjadi maka analisis dilanjutkan ke langkah ketiga, yaitu melihat muatan faktor pada masing-masing item. Namun jika nilai Chi-Square signifikan ( $p < 0.05$ ), maka diperlukan modifikasi terhadap model pengukuran yang diuji langkah kedua ini.

2. Jika nilai Chi-Square signifikan, maka dilakukan modifikasi model pengukuran dengan cara mengestimasi korelasi antar kesalahan pengukuran pada beberapa aitem yang mungkin bersifat multidimensional. Ini berarti bahwa selain suatu item mengukur konstruk yang seharusnya diukur (sesuai dengan teori), juga dapat dilihat apakah item tersebut mengukur hal yang lain (mengukur lebih dari satu hal). Jika setelah beberapa kesalahan pengukuran dibebaskan untuk saling

berkorelasi dan akhirnya diperoleh model fit, maka model terakhir inilah yang digunakan pada langkah selanjutnya,

3. Setelah diperoleh model pengukuran yang fit (unidimensional) maka dilihat apakah ada aitem yang muatan faktornya negatif. Jika ada, aitem tersebut harus di drop atau tidak diikutsertakan dalam analisis perhitungan factor score.

4. Dengan menggunakan SPSS dan model unidimensional (satu faktor) kemudian dihitung (destimasi) nilai skor faktor (*true score*) bagi setiap orang untuk variabel yang bersangkutan. Dalam hal ini yang dianalisis faktor hanya item yang baik saja (tidak didrop).

Kemudian, kriteria aitem yang baik pada CFA adalah:

1. Melihat signifikan atau tidaknya aitem tersebut dalam mengukur faktornya dengan melihat nilai t bagi koefisien muatan faktor aitem. Perbandingannya adalah  $t > 1,95$  maka aitem tersebut signifikan dan sebaliknya. Apabila aitem tersebut signifikan maka aitem tidak akan di drop, dan sebaliknya.

2. Melihat koefisien muatan faktor dari aitem. Jika aitem tersebut sudah di skoring dengan favorable (pada skala likert 1-4), maka nilai koefisien muatan faktor pada aitem harus bermuatan positif, dan sebaliknya. Apabila aitem tersebut favorable, namun koefisien muatan faktor aitem bernilai negatif maka item tersebut di drop dan sebaliknya.

3. Terakhir, apabila kesalahan pengukuran aitem terlalu banyak berkorelasi, maka aitem tersebut di drop. Sebab, yang demikian selain mengukur apa yang hendak diukur, ia juga mengukur hal lain.

## 2.2. Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa yang memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a. Mahasiswa angkatan 2018
- b. Laki-laki dan perempuan
- c. Berusia 16-21 tahun

## 3. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan melihat koefisien *alpha cronbach* yaitu sebesar 0.826 artinya alat ukur ini memiliki tingkat keajegan yang baik karena berada di atas 0.08 (Anwar, 2007).

Tabel 1. Reliabilitas skala identitas sosial

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	18

Berdasarkan hasil analisis faktor pada skala identitas sosial dengan menggunakan analisis SPSS di atas, dapat dilihat bahwa nilai KMO pada tabel di atas diperoleh sebesar  $0.808 > 0.50$  dan nilai Sig *Bartlett's Test of Sphericity* sebesar  $0.00 < 0.05$ . Berdasarkan hasil tersebut maka jumlah subjek penelitian yang digunakan sudah memenuhi syarat dan penelitian dapat dilanjutkan.

Tabel 2. Skor Kaiser-Meyer-Olkin dan Bartlett's test of Aphericity

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.808
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1426.713
	df	153
	Sig.	.000

Berdasarkan hasil analisis faktor konfirmatori pada skala identitas sosial yang dilakukan dengan menggunakan analisis SPSS, dilihat pada tabel *rotated factor matrix<sup>a</sup>* bahwa skala identitas sosial menghasilkan 4 faktor dengan total aitem 18. Kemudian, ketiga faktor tersebut diberi nama oleh peneliti: 1. Faktor reflective (6 aitem), 2. Faktor belonging (6 aitem), 3. Faktor unsatisfaction (2 aitem), dan 4. Faktor unconscious (4 aitem).

Tabel 3. Hasil Konfirmatori Faktor Analisis

Aitem	Component			
	1	2	3	4
Secara umum, menjadi kelompok mahasiswa adalah bagian penting dari citra diri saya	.752			
Menjadi mahasiswa adalah sebuah refleksi penting tentang siapa saya	.728			
Secara umum, saya merasa nyaman ketika saya berpikir tentang diri saya sebagai kelompok mahasiswa	.718			
Secara umum saya senang menjadi kelompok mahasiswa	.698			
Dalam kehidupan sehari-hari, saya sering berpikir tentang apa artinya menjadi mahasiswa	.662			
Saya memiliki banyak kesamaan dengan mahasiswa yang lain	.426			
Saya benar-benar merasa cocok dengan mahasiswa yang lain		.767		
Saya merasakan ikatan yang kuat dengan mahasiswa lain		.704		
Saya merasa kesulitan membangun ikatan dengan mahasiswa yang lain		.701		
Saya tidak merasa "nyambung" dengan mahasiswa yang lain		.615		
Dalam kelompok (sesama mahasiswa), saya benar-benar merasa saya adalah bagian dari mereka		.597		
Saya sering berpikir tentang fakta bahwa saya adalah bagian dari kelompok mahasiswa		.484		

Saya sering menyesali bahwa saya adalah kelompok mahasiswa	.846			
Saya tidak merasa nyaman menjadi kelompok mahasiswa	.841			
Fakta bahwa saya adalah kelompok mahasiswa jarang memasuki pikiran saya	.743			
Secara keseluruhan, menjadi bagian dari kelompok mahasiswa tidak banyak memberikan pengaruh tentang bagaimana cara saya memandang diri saya	.733			
Saya biasanya tidak sadar akan fakta bahwa saya adalah kelompok mahasiswa	.638			
Hanya memikirkan fakta bahwa saya adalah mahasiswa, terkadang memberi perasaan buruk bagi saya	.439			
<b>Eigenvalue</b>	<b>4.900</b>	<b>2.575</b>	<b>1.712</b>	<b>1.268</b>
<b>% variances</b>	<b>27.224</b>	<b>14.305</b>	<b>9.509</b>	<b>7.045</b>
<b>Jumlah Item</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>4</b>

Kemudian, dapat dilihat pada tabel *Total Variance Explained* di bagian *Initial Eigenvalue* menunjukkan nilai total, nilai *% of variance* dan *cumulative %*. Berdasarkan data analisis tersebut, diperoleh faktor reflektif dengan nilai faktor = 4.900, nilai *% variances* = 27.224 dan nilai *cumulative %* = 27.224. Pada faktor belonging dengan nilai faktor = 2.575, nilai *% of variances* = 14.305 dan *cumulative %* = 41.528. Pada faktor dissatisfaction diperoleh nilai faktor = 1.712, nilai *% of variances* = 9.509, nilai *cumulative %* = 51.038. Pada faktor *unconscious* diperoleh nilai faktor = 1.268, nilai *% of variances* = 7.045, nilai *cumulative %* = 58.083.

#### 4. Pembahasan

##### Faktor Identitas Sosial

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, identitas sosial terbagi menjadi empat faktor. Faktor tersebut berisi beberapa aitem yang ditunjukkan dari muatan faktor atau *loading factor*. Faktor yang pertama terdiri dari 6 aitem yang dinamakan faktor *reflective*, faktor kedua terdiri dari 6 aitem yang dinamakan faktor *belonging*, faktor ketiga terdiri dari 2 aitem yang dinamakan faktor *unsatisfaction*, dan faktor keempat terdiri dari 6 aitem yang dinamakan *unconscious*.

#### 5. KESIMPULAN DAN SARAN

##### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil validasi dan analisis faktor konfirmatori, dapat disimpulkan bahwa skala identitas sosial memiliki reliabilitas yang tinggi dan terbagi menjadi empat faktor dengan masing-masing aitem. Faktor tersebut antara lain adalah *reflective*, *belonging*, *unsatisfaction*, dan *unconciuous*.



## 5.2 Saran

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memahami lebih jauh mengenai elemen-elemen yang melekat dengan variabel identitas sosial yang kemudian dapat dilanjutkan untuk menguji dengan variabel yang lain.

## Daftar Pustaka

- Anastasi, A & Urbina, S. (1997). *Psychological testing*. (7th Ed). Indiana: PrenticeHall, Inc
- Azwar, S. (2007). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Bitz, K. (2013). Measuring Advisor Relationship Perceptions Among First-Year Students at a Small Midwestern University. *NACADA Journal*, 30(2), 53–64. <https://doi.org/10.12930/0271-9517-30.2.53>
- Cameron, J. E. (2004). A Three-Factor Model of Social Identity. *Self and Identity*, 3(3), 239–262. <https://doi.org/10.1080/13576500444000047>
- Christian, J., Bagozzi, R., Abrams, D., and Rosenthal, H. 2012. Social influence in newly formed groups: The roles of personal and social intentions, group norms, and social identity. *Personality and Individual Differences*, 52 (3), 255-260
- Cruwys, T., Haslam, S. A., Dingle, G. A., Haslam, C., & Jetten, J. (2014). Depression and Social Identity: An Integrative Review. *Personality and Social Psychology Review*, 18(3), 215–238. <https://doi.org/10.1177/1088868314523839>
- Ghozali, I., *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 16*. Semarang: Badan Penerbit – Undip (2005)
- Haslam, C., Holme, A., Haslam, S. A., Iyer, A., Jetten, J., & Williams, W. H. (2008). Maintaining group memberships: Social identity continuity predicts well-being after stroke. *Neuropsychological Rehabilitation*, 18(5–6), 671–691. <https://doi.org/10.1080/09602010701643449>
- Haslam, S. A., Jetten, J., Postmes, T., & Haslam, C. (2009). Social identity, health and well-being: An emerging agenda for applied psychology. *Applied Psychology*, 58(1), 1–23. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2008.00379.x>
- Hogg, M. A., and Tindale, R. S. 2003. Social Identity, Influence, and Communications in Small Groups. in J. Harwood & H. Giles (ed). *Intergroup Communication: Multiple Perspective*, Pp. 141-164. New York: Peter Lang
- Isaksson, A., Martin, P., Kaufmehl, J., Heinrichs, M., Domes, G., & Rüscher, N. (2017). Social identity shapes stress appraisals in people with a history of depression. *Psychiatry Research*, 254(April 2016), 12–17. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.04.021>
- Palmer, A., Koenig-Lewis, N., and Jones, L. E. M. 2013. The effects of residents' social identity and involvement on their advocacy of incoming tourism. *Tourism Management*, 38, 142-151

- Petta, G., & Walker, I. (1992). Relative deprivation and ethnic identity. *British Journal of Social Psychology*, 31(4), 285-293. doi: 10.1111/j.20448309.1992.tb00973.x
- Postmes, T., Haslam, S. A., & Jans, L. (2013). A single-item measure of social identification: Reliability, validity, and utility. *British Journal of Social Psychology*, 52(4), 597–617. <https://doi.org/10.1111/bjso.12006>
- Praharso, N. F., Tear, M. J., & Cruwys, T. (2017). Stressful life transitions and wellbeing: A comparison of the stress buffering hypothesis and the social identity model of identity change. *Psychiatry Research*, 247(June 2016), 265–275. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2016.11.039>
- Suharnan, \*. (2014). Pengembangan Skala Kemandirian. *Persona:Jurnal Psikologi Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/10.30996/persona.v1i2.26>
- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behaviour. *Social Science Information*, 13(2), 65–93. <https://doi.org/10.1177/053901847401300204>
- Tajfel, H. (1981) *Human groups and social categories: studies in social psychology*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Taylor, S.E., Peplau, L.A., dan Sears, D.O. 2009. *Psikologi Sosial*. Edisi Keduabelas. Alih Bahasa: Tri Wibowo, B.S. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Thompson, B. (2004). *Exploratory and Confirmatory Factor Analysis: Understanding Concepts and Applications*. Washington DC: American Psychological Association.
- Tougas, F., & Beaton, A.M. (2002). Personal and group deprivation relative: Connecting the “I” to the “We”. Dalam I. Walker dan H.J Smith (Ed), *Deprivasi relatif: specification, development and integration* (119-135). Cambridge: Cambridge University Press.
- Zaglia, M. E. 2013. Brand communities embedded in social networks. *Journal of Business Research*, 66(2), 216-2