

IDENTITAS SOSIAL PENGGEMAR K-POP

**(Perbandingan antara Penggemar K-Pop yang Tergabung dalam Komunitas
KFM dan Penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam Komunitas KFM)**

SKRIPSI

Oleh

ANINDITA ABSARI

NIM : 09410051



FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2013

IDENTITAS SOSIAL PENGGEMAR K-POP

(Perbandingan antara Penggemar K-Pop yang Tergabung dalam Komunitas KFM dan Penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam Komunitas KFM)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana
Malik Ibrahim Malang Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh

ANINDITA ABSARI

NIM 09410051

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

IDENTITAS SOSIAL PENGGEMAR K-POP

**(Perbandingan antara Penggemar K-Pop yang Tergabung dalam Komunitas
KFM dan Penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam Komunitas KFM)**

SKRIPSI

Oleh

ANINDITA ABSARI

NIM 09410051

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi

Drs. H. Yahya, MA

NIP : 196605181991031004

Malang, 4 Juli 2013.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi

Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M. Ag

NIP : 197307102000031002

HALAMAN PENGESAHAN

IDENTITAS SOSIAL PENGGEMAR K-POP

**(Perbandingan antara Penggemar K-Pop yang Tergabung dalam Komunitas
KFM dan Penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam Komunitas KFM)**

SKRIPSI

Oleh

ANINDITA ABSARI

NIM 09410051

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Diterima Sebagai
Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Tanggal, 15 Juli 2013

DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

1. Ketua Penguji : Aris Yuana Yusuf, Lc, MA _____
NIP: 197307092000031002
2. Penguji Utama : Dr. A. Khudori Saleh, M. Ag _____
NIP: 196811242000031001
3. Pembimbing : Drs. H. Yahya, MA _____
NIP : 196605181991031004

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Psikologi

Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M. Ag
NIP : 197307102000031002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anindita Absari

NIM : 09410051

Fakultas : Psikologi

Judul Skripsi : IDENTITAS SOSIAL PENGGEMAR K-POP

(Perbandingan antara Penggemar K-Pop yang Tergabung dalam Komunitas KFM dan Penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam Komunitas KFM)

Menyatakan bahwa penelitian tersebut adalah karya peneliti sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya. Demikian surat pernyataan ini peneliti buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, peneliti bersedia mendapat sanksi akademis.

Malang, 6 Juli 2013

Peneliti

Anindita Absari

NIM: 09410051

MOTTO

“Kemauan + Usaha = Jalan Keberhasilan”

Anindita Absari, 2013

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya kecil ini tak berarti apa-apa tanpa ada do'a dan motivasi dari orang-orang yang luar biasa. Terimakasih tak terbilang untuk orang-orang luar biasa atas segala yang telah diberikan. Orang-orang luar biasa itu:

1. Kedua orangtua yang sangat saya cintai Bapak Sutopo dan Ibu Endah Sulistyani, yang kasih sayangnya tidak pernah habis, dan semoga bhakti ananda terus menyertai Bapak dan Ibu. Mohon ridho'I hidup ananda.
2. Dzulfikar Al-Haq, terimakasih untuk setiap do'a dan dukunganmu. Tanpa kamu, aku tidaklah kakak yang hebat bukan?
3. Suami yang selalu mengisi ruang hati, Khoirul Anwar Saifudin. Semoga Allah SWT senantiasa memberkahi perjalanan panjang rumah tangga kita.
4. Seluruh rekan-rekan yang turut berperan dalam kehidupan saya. Rekan fakultas Psikologi, rekan satu atap di Sumbersari gang 1b no 16, rekan-rekan lain dimanapun berada.

Banyak nama orang luar biasa yang tidak saya sebutkan, bukan berarti anda sekalian tidak berarti apa-apa, namun karena ukuran keberhargaan anda sekalian tidak saya ukur dari munculnya nama anda dalam karya saya.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil 'alamin, dengan menyebut nama Allah swt Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur bagi Allah swt atas segala limpahan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan dan teladan kita Nabi Muhammad saw, karena beliau telah memberikan jalan cahaya dalam kehidupan yang baik bagi umat manusia di sepanjang masa.

Penelitian ini merupakan sumbangan kecil untuk ranah pendidikan dan keilmuan. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini. Semoga amal baik yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan dan limpahan rahmat dari Allah swt. Ungkapan terima kasih tersebut peneliti berikan untuk yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
2. Bapak Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

3. Bapak Drs H. Yahya, MA selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan kebijaksanaan telah memberikan bimbingan dan banyak ilmu pengetahuan baru dalam penulisan penelitian ini.
4. Para penggemar K-Pop baik yang tergabung dalam komunitas KFM (K-Pop Fandom Malang maupun yang tidak tergabung dalam KFM yang dengan ikhlas memberikan bantuan sehingga peneliti bisa memperoleh data penelitian. Dan seluruh keluarga besar penyuka dan penggemar K-Pop dimanapun berada.
5. Semua pihak yang telah membantu dan memotivasi peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung dalam mengerjakan penelitian ini hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Menyadari bahwa masih banyak hal yang dapat dikembangkan dari penelitian ini semoga akan segera muncul penelitian lanjutan mengenai sisi sosial dalam masyarakat yang sedikit banyak terlewatkan. Penulis berterima kasih kepada pembaca yang budiman yang berkenan menyumbangkan buah pikirannya untuk perbaikan karya ini sehingga penelitian ini menjadi lebih baik dan berguna bagi dunia pendidikan di Indonesia. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan para pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Malang, 4 Juli 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Identitas Sosial	14
1. Definisi Identitas Sosial	14
2. Identitas Sosial dan Identitas Pribadi	20
3. Komponen Identitas Sosial	21

4. Terbentuknya Identitas Sosial	23
5. Dimensi Identitas Sosial	26
6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Identitas Sosial	30
7. Isu dalam Teori Identitas Sosial	35
B. Penggemar K-Pop	38
C. Kelompok Group	42
1. Definisi Kelompok	42
2. Komponen Kelompok	43
3. Mengapa orang bergabung dengan Kelompok?	46
4. Mengapa tidak bergabung dengan kelompok?	47
C. Teori mengenai Pengaruh Kelompok terhadap Identitas Sosial ...	48
D. Perspektif Islam	52
D. Hipotesis	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Rancangan Penelitian	58
B. Definisi Operasional	59
C. Populasi dan Sampel	60
D. Metode Pengumpulan Data	62
E. Teknik Analisa Data	66
BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN	68
A. Deskripsi Pelaksanaan Penelitian	68
B. Deskripsi Hasil Penelitian	68
C. Hasil Uji Hipotesis Penelitian	74
D. Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Blueprint dan sebaran item skala identitas sosial	63
Tabel 3.2 : Hasil ujicoba angket identitas sosial penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas KFM (K-Pop Fandom Malang)	65
Tabel 3.3 : Hasil ujicoba angket identitas sosial penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas KFM (K-Pop Fandom Malang)	66
Tabel 3.4 : Standart pembagian klasifikasi	67
Tabel 4.1 : Tingkat kategori identitas sosial	69
Tabel 4.2 : Skor N, Mean, Standart Deviasi	70
Tabel 4.3 : Skor hasil penghitungan kategori pada outgroup	70
Tabel 4.4 : Tingkat hasil identitas sosial penggemar K-Pop yang tidak tergabung dengan KFM / Outgroup	70
Tabel 4.5 : Skor hasil penghitungan kategori pada ingroup	72
Tabel 4.6 : Tingkat hasil identitas sosial penggemar K-Pop yang tergabung dengan KFM / Ingroup	72
Tabel 4.7 : t-test skor identitas sosial ingroup dan outgroup	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Dimensi Identitas Sosial	26
Gambar 3.1 : Rancangan Penelitian	58
Gambar 4.1 : Grafik deskripsi kategori tingkat identitas sosial penggemar K-Pop outgroup	71
Gambar 4.2 : Grafik deskripsi kategori tingkat identitas sosial penggemar K-Pop outgroup	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Bukti Konsultasi

Lampiran 2 : Surat Izin melakukan penelitian pada penggemar K-Pop

Lampiran 3 : Surat pernyataan melakukan penelitian

Lampiran 4 : Angket Skala Identitas Sosial Pada Penggemar K-Pop (Uji Coba)

Lampiran 5 : Angket Skala Identitas Sosial Pada Penggemar K-Pop yang tergabung dalam KFM (K-Pop Fandom Malang) / In Group

Lampiran 6 : Angket Skala Identitas Sosial Pada Penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam KFM (K-Pop Fandom Malang) / Out Group

Lampiran 7 : Hasil skor uji coba pada Penggemar K-Pop yang tergabung dalam KFM (K-Pop Fandom Malang) / In Group

Lampiran 8 : Hasil skor uji coba pada Penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam KFM (K-Pop Fandom Malang) / Out Group

Lampiran 9 : Hasil skor penelitian pada Penggemar K-Pop yang tergabung dalam KFM (K-Pop Fandom Malang) / In Group

Lampiran 10 : Hasil skor penelitian pada Penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam KFM (K-Pop Fandom Malang) / Out Group

ABSTRAK

Absari, Anindita. 2013. Identitas Sosial Penggemar K-Pop, Study Comparasi antara penggemar K-Pop yang tergabung dengan KFM dan yang tidak tergabung dengan KFM). Skripsi, pembimbing: Drs. H. Yahya, MA.

Kata kunci: Identitas Sosial, Penggemar K-Pop

Kemunculan K-Pop yang fantastis berbuntut pada kemunculan penggemar yang sangat mengidolakan K-Pop. Kemudian mengidentifikasi dirinya sebagai penggemar K-Pop dan menjadikan penggemar K-Pop sebagai identitas sosialnya. Identitas yang mereka bentuk dan yang akan selalu melekat pada penggemar akan dikenal oleh masyarakat. Hal ini yang dinamakan identitas sosial. Setiap penggemar K-Pop memiliki asumsi dan pandangan yang berbeda-beda mengenai identitas masing-masing sebagai penggemar K-Pop, baik penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas fandom ataupun yang tidak tergabung. Rumusan masalah yang muncul diantaranya adalah: (1) Bagaimana identitas sosial pada penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas KFM? (2) Bagaimana identitas sosial pada penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas KFM? (3) Adakah perbedaan identitas sosial antara penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas KFM dan yang tidak bergabung dengan KFM?

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui identitas sosial pada penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas KFM (K-Pop Fandom Malang), (2) Untuk mengetahui identitas sosial pada penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas KFM atau non-fandom, (3) Untuk mengetahui apakah ada perbedaan identitas sosial antara penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas KFM dan yang tidak bergabung dengan KFM (non-fandom).

Rancangan penelitian ini terdiri dari satu variabel yaitu Identitas sosial yang akan membandingkan penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas KFM (K-Pop Fandom Malang) dan penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas. Jumlah subjek yang digunakan 300 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu *purposive sampling* dan menggunakan uji-t untuk analisa hasil penelitian.

Sebagian besar penggemar K-Pop baik yang tergabung dalam KFM maupun yang tidak tergabung dalam KFM memiliki identitas sosial dalam kategori sedang dengan persentase pada Ingroup 73% dan Outgroup 70%. Hasil uji-t menunjukkan nilai t_{hit} pada ingroup = 77,047 dan 45,934 pada outgroup, $df = 149$ dengan signifikansi = 0,5 $t_{hit} > t_{tab}$ ($77,047 > 0,67614$) dan ($45,934 > 0,67614$). Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis diterima. Dan dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan antara penggemar K-Pop yang tergabung dalam KFM (K-Pop Fandom Malang) dan penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam KFM.

ABSTRACT

Absari, Anindita. 2013. Identitas Sosial Penggemar K-Pop, Study Comparasi antara penggemar K-Pop yang tergabung dengan KFM dan yang tidak tergabung dengan KFM). Skripsi, pembimbing: Drs. H. Yahya, MA.

Keyword: Identitas Sosial, Penggemar K-Pop

Occurrences fantastic K-Pop fans that culminated in the emergence of highly idolized K-Pop. Then identified himself as a fan of K-Pop and K-Pop fans make a social identity. Their identities and shape that will always be attached to the fan will be known by the public. This is called social identity. Each K-Pop fans have assumptions and different views regarding their identity as a fan of K-Pop, K-Pop fans both belonging to the community or who are not members of fandom. The problems that arise such as: (1) How does social identity on K-Pop fans who are members of the community KFM? (2) How does social identity on K-Pop fans who are not members of the community KFM? (3) is there a difference social identity between a fan K-Pop that is incorporated within the KFM community and that are not joined to the KFM community?

The purpose of this study is: (1) To determine the social identity of the K-Pop fans who are members of the KFM(K-Pop fandom Malang) community, (2) To determine the social identity of the K-Pop fans who are not members of the KFM community or non-fandom, (3) To determine whether there are differences in social identities among K-Pop fans who are members of the community of KFM and which did not join the KFM (non-fandom).

The research design consisted of a single variable that will compare the social identity of K-Pop fans who are members of the KFM (K-Pop fandom Malang) community and K-Pop fans who are not members of the community. The number of subjects who used 300 people. Sampling technique using nonprobability sampling technique is purposive sampling and using t-test to analyze the results of the study.

Most of the K-Pop fans are members of KFM (K-Pop fandom Malang) and K-Pop fans who are not members of the KFM, the social identity in the medium category with 73% percentage of the ingroup and 70% on the outgroup. T-test results show the value of the ingroup $t_{hit} = 77.047$ and 45.934 in the outgroup, $df = 149$ with significance = 0.5 $t_{hit} > t_{tab}$ ($77.047 > 0.67614$) and ($45.934 > 0.67614$). Based on these results, the hypothesis is accepted. And it can be concluded that there is a difference between the K-Pop fans who are members of KFM (K-Pop fandom Malang) and K-Pop fans who are not members of the KFM.