

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Imitasi

1. Pengertian perilaku imitasi

Manusia sebagai makhluk sosial berarti manusia merupakan makhluk yang dituntut untuk saling berhubungan dengan individu lain dalam kehidupannya dari awal kehidupan hingga meninggal. Hal ini menimbulkan bahwa tidak mungkin terjadi bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang hidup sendirian di perkumpulan manusia. Pernyataan tersebut didukung oleh teori Emile Durkheim bahwa setiap individu memiliki tingkah laku psikologis dan tingkah laku sosiologis. Tingkah laku psikologis yaitu tingkah laku individu yang bersangkutan dengan kehidupan sehari-hari, seperti berpikir, mengamati, dan sebagainya. Sedangkan tingkah laku sosiologis merupakan tingkah laku yang berhubungan dengan individu lain dalam kehidupan sehari-hari, seperti menolong, bekerja sama dan sebagainya¹.

Interaksi sosial merupakan salah satu cara individu tetap bertingkah laku sosial dengan individu lainnya. Interaksi sosial dapat meningkatkan mutu dan jumlah dari tingkah laku sosial individu sehingga individu semakin matang dalam bertingkah laku sosial dengan individu lain dalam situasi sosial².

¹ Slamet Santoso, *Teori-teori Psikologi Sosial*, ed. Nurul Falah Atif, 1 ed. (Bandung: PT Refika Aditama, 2010), 158.

² Santoso, *Teori-teori Psikologi Sosial*, 157.

Menurut Tarde perilaku imitasi merupakan perilaku contoh-mencontoh yang dilakukan individu dari individu lain dalam kehidupan. Sedangkan menurut S. Stansfeld Sargent imitasi merupakan suatu percontohan atau hasil tindakan dari yang lain. Dari kedua ahli tersebut, imitasi pada dasarnya proses untuk memerintah tindakan maupun tingkah laku individu lain. Dengan adanya imitasi ini, setiap individu melakukan interaksi sosial maka akan menjadi peran pasif dalam suatu hubungan dan jadi yang menyebabkan setiap individu memiliki tingkah laku yang seragam dalam interaksi sosial³.

Perilaku imitasi menurut Gabriel Tarde bahwa semua pergaulan antar individu merupakan hanyalah berdasarkan atas proses peniruan tersebut Menurut Tarde sekumpulan individu merupakan pengelompokan manusia, dimana individu meniru individu lain, individu meniru kelompok lain, kelompok meniru individu hingga kelompok lain meniru kelompok lainnya juga, maka terjadilah proses peniruan secara berkelanjutan⁴.

Menurut Albert Bandura perilaku imitasi merupakan perilaku yang hanya menirukan tindakan dari model yang dilihat oleh seseorang⁵. Sedangkan menurut Dollard dan Miller imitasi merupakan sebuah kebiasaan, peran model adalah untuk memandu responden untuk menghasilkan perilaku yang sama dengan dalam situasi yang sama juga antara model dengan responden⁶.

³ Santoso, *Teori-teori Psikologi Sosial*, 167.

⁴ Khikmah, *Psikologi Sosial*, 5.

⁵ Olson, *Theories of Learning . Edisi Ketujuh. Edisi Bahasa Indonesia*, 357–358.

⁶ Hidayat, *Psikologi Kepribadian dalam Konseling*, 167.

Dari beberapa pengertian perilaku imitasi oleh para tokoh di atas, penulis menyimpulkan bahwa Perilaku imitasi merupakan salah satu proses individu belajar melalui mengamati individu lainnya secara selektif dan mengingat perilaku orang lain untuk mendalami hal baru untuk memperoleh kompetensi baru.

2. Kategori dalam Perilaku Imitasi

Menurut Miller dan Dollard Perilaku Imitasi dibagi menjadi tiga kategori, yaitu :

- a. Perilaku sama (*same behavior*) perilaku yang memiliki kesamaan dengan model dalam situasi yang sama, diberi petunjuk-petunjuk yang sama dengan model.
- b. Perilaku meniru atau menyalin (*copying behavior*) seseorang mencoba untuk memperoleh hasil yang serupa dengan orang lain, dengan cara menyalin perilaku, respons (tiruan) final yang diperkuat.
- c. Perilaku yang tergantung pada kesesuaian (*matched-dependent behavior*) perilaku belajar dari meniru model namun memiliki tujuan yang berbeda dengan model

Miller dan Dollard menunjukkan bahwa perilaku imitasi dapat menjadi sebuah kebiasaan, dengan adanya penjelasan di atas seorang individu mungkin belajar bahwa mengikuti perilaku model dapat membawa individu tersebut terhadap penguatan, dan hal tersebut membuat individu bertindak seperti model pada beberapa

aktivitas lainnya. Miller dan Dollard menyebut perilaku tersebut sebagai *Generalized Imitation* atau imitasi yang digeneralisasikan⁷.

3. Syarat-syarat terjadinya Perilaku Imitasi

Gabriel Tarde mengemukakan imitasi sebagai proses, menuntut syarat-syarat dalam praktik. Syarat-syarat dalam perilaku imitasi sebagai berikut :

- a. Memiliki minat atau perhatian terhadap sosok model ataupun idola yang akan ditiru. Minat maupun perhatian menjadi titik tolak ukur berlangsungnya atau tidaknya imitasi atau peniruan.
- b. Memiliki sikap menjunjung tinggi atau perasaan kagum terhadap tokoh idola maupun model yang akan dicontoh atau ditiru.
- c. Orang-orang dapat mengimitasi suatu pandangan maupun tingkah laku karena hal tersebut memiliki penghargaan sosial yang tinggi, jadi, orang yang mengimitasi sesuatu karena ingin mendapatkan penghargaan sosial dalam lingkungannya⁸.

4. Macam-macam Perilaku Imitasi

Baldwin menyebutkan Imitasi terdapat dua macam sebagai berikut :

- a. *Non-Deliberate Imitation*, yaitu proses perilaku imitasi yang terjadi berlangsung tidak sengaja, di mana individu tidak mengetahui tujuan atau maksud adanya perilaku imitasi tersebut terjadi.

⁷ Olson, *Theories of Learning*. Edisi Ketujuh. Edisi Bahasa Indonesia, 357–358.

⁸ W. A. Gerungan, *Psikologi Sosial*, ed. Januar Budhi, 3 ed. (Bandung: PT Refika Aditama, 2004), 64.

- b. *Deliberate imitation*, yaitu proses perilaku imitasi yang terjadi dilakukan secara sengaja oleh suatu individu, di mana individu mengetahui maksud maupun tujuan perilaku imitasi yang dilakukan oleh individu tersebut⁹.

5. Tahap-Tahap proses Perilaku Imitasi

Baldwin menyebutkan bahwa tahap-tahap perilaku imitasi, terutama *Deliberate Imitation* atau perilaku imitasi yang sengaja, sebagai berikut :

a. Tahap Proyeksi

Pada tahap ini, setiap individu akan melihat model atau idol yang akan dicontoh agar mendapat persepsi dari model atau idol yang kemudian dicontoh oleh individu tersebut.

b. Tahap Subjektif

Pada tahap ini, individu menyadari apa yang akan dari model atau idola individu tersebut untuk ditiru serta memahami apa yang akan ditiru dari model atau idola yang akan ditiru dengan jelas.

c. Tahap efektif

Pada tahap ini, individu mulai bisa menguasai cara untuk meniru model atau idola individu tersebut dengan tepat dan benar¹⁰.

Dari tahap-tahap proses imitasi tersebut, dapat berakibat bersifat positif maupun negatif, sebagai berikut.

a. Akibat dari proses imitasi yang bersifat positif yaitu :

- 1) Mendapat kecakapan dengan segera
- 2) Mendapat tingkah laku yang seragam

⁹ Santoso, *Teori-teori Psikologi Sosial*, 169.

¹⁰ Santoso, *Teori-teori Psikologi Sosial*, 168.

3) Mendorong individu untuk bertingkah laku

b. Akibat dari proses imitasi yang bersifat negatif :

1) Apabila yang diimitasi salah, maka akan terjadi kesalahan massal

2) Dapat menghambat berpikir kritis¹¹.

6. Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Perilaku Imitasi

Albert Bandura menyebutkan terdapat empat aspek yang dapat mempengaruhi perilaku imitasi adalah sebagai berikut :

a. Atensi (*attention*)

Mengamati perilaku model terlebih dahulu sebelum melakukan peniruan yang diperoleh selama mengamati. Pengamat dapat memperhatikan model dengan seksama apabila model tersebut berupa orang yang diidolakan atau orang yang dihormati, orang yang memiliki kemampuan yang luar biasa, teman sebaya, dan lain-lain.

b. Retensi (*retention*)

Mengingat hasil dari memperhatikan model dalam system ingatan. Hasil mengingat tersebut dapat berupa imajinasi, kode simbolik, maupun secara verbal.

c. Pembentukan perilaku

Setelah memperhatikan dan mengingat suatu perilaku dari model, pengamat dapat menunjukkan hasil dari mengamati serta menyimpan memori suatu peristiwa yang dipelajari oleh pengamat dan diekspresikan dalam bentuk tindakan maupun performa.

¹¹ Santoso, *Teori-teori Psikologi Sosial*, 169.

d. Motivasi (*motivation*)

Motivasi berperan sebagai dorongan internal maupun external bagi pengamat untuk melakukan peniruan serta adanya penyedia motif dalam melakukan hal-hal yang telah pengamat amati, ingat dan ekspresikan¹².

7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Imitasi

Faktor-faktor individu untuk melakukan perilaku imitasi yang dipengaruhi yaitu :

a. *Self-Control*

berperilaku efektif, seseorang patut dapat mengendalikan perilaku sesuai dengan keadaan yang berlainan. Tanpa kemampuan ini, individu akan mengambil tindakan sembarangan atau berisiko.

b. *Self-Concept*

Peran model memiliki status yang tinggi, dan lebih mungkin untuk berhasil dan mendapatkan nilai dilihat dari segi fungsi memiliki nilai lebih besar bagi seseorang dibandingkan sosok model dengan kemampuan intelektual dan sosial yang rendah.

c. Lingkungan

Pengalaman langsung dapat dipelajari melalui proses pembelajaran yang diperoleh dengan mengamati perilaku sosok orang lain. Kesanggupan seseorang untuk belajar melalui peninjauan secara cermat sehingga dapat membentuk perilaku seseorang tanpa coba-coba atau biasa disebut dengan *trial and error*.

¹² Olson, *Theories of Learning* . Edisi Ketujuh. Edisi Bahasa Indonesia, 363–367.

d. *Reinforcement*

Reinforcement dapat berfungsi sebagai motivator atau penyemangat bagi diri sendiri ketika kegiatan yang akan dilakukan seseorang di masa yang akan datang. *reward* dan *punishment* merupakan Pengalaman langsung dalam suatu Pembelajaran. Adanya *reward* dan *punishment* akan mudah diterima untuk setiap tindakan yang dilakukan oleh individu. Seorang individu dapat menyajikan gagasan yang terbentuk sebelumnya tentang perilaku apa yang akan dilakukan dan menghasilkan individu yang diuntungkan bagi yang bersangkutan¹³.

Banyak faktor-faktor pendukung mengapa seseorang berperilaku imitasi, Slamet menyatakan alasan terjadinya perilaku imitasi, yaitu:

a. Faktor Idola sebagai Model

Perilaku imitasi itu terjadi karena adanya tokoh idola yang dijadikan sebagai model untuk tiruan: manusia mengidentifikasikan dirinya dengan tokoh yang dia sukai sehingga muncul minat yang besar meniru tokoh yang ia idolakan.

b. Faktor Kekaguman terhadap Idola

Terpesona atau kekaguman akan tokoh yang diidolakan: setiap orang memiliki tokoh yang dikagumi saat manusia mulai

¹³ Sherly, "Hubungan Antara Celebrity Worship dengan Perilaku Imitasi Pada Remaja," 19.

mengidentifikasi tokoh yang ia sukai, maka itu semua berasal dari kekaguman.

c. Faktor Kepuasan Diri seperti Idola

Kepuasan untuk menjadikan diri seperti tokoh yang diidolakan: hal ini adalah salah satu tahap yang tertinggi dalam proses peniruan, yaitu adanya gejala hedonisme atau pemuasan diri di luar batas untuk memenuhi kepuasan diri seseorang saat meniru totalitas dari tokoh yang diidolakan¹⁴.

8. Hukum-Hukum Perilaku Imitasi

Hukum-hukum Imitasi menurut Gabriel Tarde sebagai berikut :

a. *The law of descent*

Hukum ini berarti golongan atas akan menjadi objek peniruan dari golongan di bawahnya. Golongan atas yang dimaksud yaitu individu-individu yang pandai atau berpengalaman, peran pemimpin, individu berwibawa atau kaya, seorang artis atau idola, dan lain-lainnya. Sedangkan golongan dibawahnya yang dimaksud yaitu penggemar-penggemar golongan atas tersebut.

b. *The law of geometrical progression*

Maksud hukum ini yaitu sesuatu peniruan pasti terdapat gambarannya, baik berupa gambar, model atau idola dll. Pernyataan ini mengisyaratkan bahwa sesuatu yang sama, pasti terdapat apa yang ditiru atau dicontoh.

¹⁴ Harlianty et al., "Perilaku Imitasi pada Dewasa Awal Penggemar K-POP," 40.

c. *The law of internal before exotic*

Hukum ini merupakan suatu proses peniruan terhadap kebudayaan. Meniru Kebudayaan sendiri akan lebih mudah dibandingkan meniru kebudayaan orang lain¹⁵.

B. Terbentuknya *Boy group* BTS dan berdirinya Komunitas BTS ARMY Kediri

1. Terbentuknya *Boy Group* BTS.

BTS atau *Bangtan sonyeondan* atau *Bangtan Boys* merupakan grup vokal laki-laki asal Korea Selatan. Grup yang terlahir dari agensi BigHit Entertainment yang beranggotakan RM (Kim namjoon) sebagai leader group, JIN (Kim Seokjin), SUGA (Min Yoongi), J-Hope (Jung Hoseok), JIMIN (Park Jimin), V (Kim Taehyung) dan JUNGKOOK (Jeon Jungkook). Awal debut pada tanggal 12 juni 2013 mereka membawakan *single* pertamanya yang berjudul “*No More Dream*” dengan album “*2 Cool 4 Skool*”. *Single* album ini merupakan pembuka dari proyek *BTS School Trilogy Series*.

Kesuksesan BTS dimulai tampil di KCON Los Angeles. BTS merilis lagu “*boy in luv*”. Kemudian bts melakukan tur pertama di jepang Big Hit Entertainment melihat bagaimana potensi BTS yang bisa terus diasah. Setelah merilis album ‘*Dark and Wild*’, pada tahun 2015 berjalanlah tur pertama mereka di Jepang dengan tajuk ‘*Wake Up: Open Your Eyes*’. pada tahun yang sama BTS juga meraih banyak sekali penghargaan. Dimulai dari World Rookie Award Gaon Chart

¹⁵ Santoso, *Teori-teori Psikologi Sosial*, 168–169.

Music Awards, Disk Bonsang Golden Disc Awards, Best World Performer Mnet Asian Music Awards, dan lainnya.

Pada tahun 2015 BTS juga berhasil masuk ke Billboard's World Digital Chart dengan lagu 'Dope'. Lagu tersebut menjadi bagian dari album 'The Most Beautiful Moment in Life, Part 1'. Selain lagu 'Dope', masih ada lagu 'I Need You' yang mampu menarik hati fans lama dan baru. Pada tahun yang sama, BTS juga tampil eksklusif di Billboard Studios dan menjadi *brand ambassador* PUMA. BTS terus merilis berbagai karya dari tahun ke tahun. Tapi album paling besar untuk mengukuhkan nama mereka di dunia musik adalah 'Wings'. Berkat lagu seperti 'Run', 'Fire', 'Save Me', dan 'Blood Sweat Tears' yang telah ditonton puluhan bahkan ratusan juta kali di YouTube membuat mereka meraih kategori penghargaan paling bergengsi di MAMA 2017, yaitu Artist of the Year. Untuk pasar Jepang sendiri, BTS melebarkan sayap di sana. Mereka merilis album studio kedua berjudul 'Youth'. 2017 memang menjadi tahun paling manis untuk ARMY dan BTS sendiri. Mereka menggelar BTS Live Trilogy Episode III (Final Chapter): The BTS sebenarnya sudah pernah konser di Indonesia pada tahun 2017 silam, lebih tepatnya pada 29 April 2017 Tour di 40 titik. Dari Australia, Amerika Serikat, Brasil, hingga Indonesia.

Berangkat dari tur dunia, popularitas BTS sudah tidak bisa dihentikan lagi. Mereka bekerja sama dengan UNICEF untuk

kampanye ‘Love Myself’ dengan misi menjaga dan mendukung anak-anak serta remaja korban kekerasan. Kemudian mereka tampil di *talkshow* ternama Ellen Show dan The Late Late Show. BTS juga memberikan kejutan kepada ARMY dengan menggaet DJ Steve Aoki untuk merilis ‘Mic Drop’ versi *remix*. Bisa dibayangkan saat ini BTS sudah menjadi milik ARMY dan dunia. Perjalanan mereka dari perjuangan bisa menjadi cerminan diri bahwa kita tetap harus berjuang dalam hidup karena pada akhirnya, usaha gak akan mengkhianati hasil¹⁶.

2. Berdirinya Komunitas BTS ARMY Kediri.

Fanbase BTS di Kediri ini berdiri tepat pada ulang tahun BTS yang ke-4 yaitu pada tanggal 13 juni 2017. Awal mula terbentuknya komunitas ini yaitu admin *Fanbase* BTS melihat banyak orang Indonesia yang mengikuti akun *Facebook official* BTS. Banyak pula teman admin yang menyukai *Boy group* BTS ini. Admin berinisiatif untuk mengajak teman-teman admin untuk membuat *group chat* yang beranggotakan ARMY. Pada awalnya grup tersebut hanya beranggotakan 15 orang. Kemudian setelah berjalannya *group* tersebut, semakin banyak anggota yang mengikuti. Hingga dibuatlah akun *instagram fanbase* BTS ARMY Kediri dan sekarang telah mencapai lebih dari 6000 *followers*¹⁷.

¹⁶ Haitiwi; Arreuvia, *MAP of BTS; When the Future Meets the Past*, ed. Utami, 1 ed. (Yogyakarta: Laksana, 2020), 32–77.

¹⁷ meilida christyan Handayani, “konformitas remaja penggemar Bangtan Boys pada Komunitas ARMY di Kediri” (IAIN Kediri, 2020), 8–9.

Komunitas BTS ARMY Kediri ini memiliki admin yang menjual *merchandise* BTS, mulai dari album, *light stick*, stiker dan lain-lain. Harga yang ditawarkan mulai dari seratus ribu. Harga yang lumayan mahal bagi anak sekolah dan mahasiswi yang belum berpenghasilan. Hingga sekarang *Fanbase* BTS ARMY Kediri ini sering melakukan kegiatan seperti menonton konser bersama, merayakan ulang tahun grup BTS maupun member BTS. Setiap kegiatan pasti memiliki dresscode masing-masing, seperti waktu nonton konser “Yet To Come” bertajuk warna ungu jadi para ARMY menggunakan dresscode ungu, konser “D-DAY” oleh SUGA (AGUST D) menggunakan *dresscode* hitam, karena SUGA identik dengan pakaian warna serba hitam.