

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Topik tentang remaja banyak menjadi perbincangan dalam beberapa tahun belakangan ini. Adapun hal-hal yang berkaitan dengan remaja yang sering dibicarakan adalah tentang politik, pendidikan, organisasi, masyarakat dan masih banyak lagi. Remaja sendiri adalah masa yang paling produktif untuk menghasilkan sesuatu. Dalam bahasa Latin remaja disebut *Adolescentia* yang artinya masa muda yang terjadi antara 17-30 tahun. Jadi dapat dikatakan bahwa remaja adalah masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa dengan ditandai adanya perubahan aspek fisik, psikis, dan psikososial. Masa remaja akan melalui masa krisis dimana remaja berusaha mencari identitas diri.¹

Pada masa remaja, remaja lebih membutuhkan seseorang yang bisa mengerti dirinya, karena pada masa ini remaja cenderung lebih sensitif. Jika dulu pada masa kanak-kanak mereka cenderung dekat dengan orangtua mereka, tetapi sebaliknya pada masa ini remaja cenderung lebih dekat dengan teman sebaya. Pada masa remaja, teman sebaya sangat dominan berpengaruh dalam mendampingi perkembangan mereka menuju masa dewasa. Salah satu fungsi penting dari kelompok teman sebaya adalah sebagai sumber informasi mengenai dunia di luar keluarga.²

¹ Dariyo, *Psikologi Perkembangan Remaja*, (Bojonegoro : Ghalia Indonesia 2004), 13-14

² Santrock, *Remaja Jilid 2*, (MCGraw-Hill Companies : 2007), 55

Pada umumnya, manusia cenderung akan mengikuti aturan-aturan yang ada dalam lingkungannya. Jika kita perhatikan lebih luas, kebanyakan manusia mengikuti aturan tersebut. Aturan-aturan yang mengatur tentang bagaimana sebaiknya kita bertingkah laku disebut norma sosial. Melakukan tindakan yang sesuai dengan norma sosial dalam psikologi disebut sebagai konformitas.³ Secara tidak langsung konformitas menuntut perubahan sikap dan perilaku individu sesuai dengan standar ataupun harapan yang dibentuk kelompok agar individu atau remaja dapat diterima dalam kelompok dan sebagai bentuk interaksi yang terjadi dalam kelompok.

Sihotang mengatakan bahwa konformitas terhadap kelompok teman sebaya merupakan suatu hal yang paling banyak terjadi pada masa remaja. Remaja yang awalnya hanya ingin agar mereka dapat menjadi bagian dari kelompok tersebut tanpa memikirkan apakah kelompok teman tersebut dapat membawa hal yang positif atau tidak bagi dirinya, remaja seperti inilah yang biasanya salah dalam memilih pertemanan sehingga kebanyakan dari mereka sering kali hanya menghabiskan waktunya bersama kelompoknya dan kegiatan yang sering dilakukan hanya sekedar untuk bersenang-senang.⁴

Sebagai bagian dari budaya, atau lebih khusus lagi budaya populer, perilaku keranjingan ini melibatkan beberapa unsur, yang pertama yaitu selera, selera remaja terhadap *pop culture* atau budaya populer yang

³ Sarwono, S.W, *Psikologi Sosial*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2009), 106.

⁴ Sihotang, "Hubungan antara Konformitas terhadap Kelompok teman Sebaya dengan Pembelian *Impulsife*". (*Skrripsi Universitas Diponegoro, Semarang*, (2009), 67.

mereka gemari seperti contohnya budaya K-Pop yang saat ini sedang berkembang pesat di Indonesia.⁵ Nilai-nilai dari perspektif *cultural studies* diyakini menentukan perilaku keranjingan terhadap *pop culture* yang dianggap menyenangkan, menggairahkan dan dapat menimbulkan selera, tidak hanya itu perilaku keranjingan yang remaja lakukan dapat membangun jaringan sosial dengan lingkungan kelompoknya.⁶

Salah satu *pop culture* yang sedang marak atau trending topik saat ini adalah K-Pop. K-pop mendapatkan sambutan yang luar biasa dari seluruh masyarakat dari berbagai kalangan dari anak kecil, remaja, hingga orang dewasa. Perkembangan budaya populer di atas tidak bisa dipisahkan dari dunia internet, seiring dengan kemajuan teknologi. Berkembangnya teknologi informasi dalam industri informasi telah merubah perilaku individu maupun kelompok dalam mengamati perkembangan budaya populer yang baru, mereka selalu *up to date* dan tidak mau ketinggalan.⁷

Seperti yang kita tahu, masa remaja adalah masa peralihan dari anak-anak menuju dewasa. Pada masa remaja, individu dihadapkan dengan banyak peran baru. Remaja mempelajari peran baru dari lingkungan sosial seperti keluarga, teman, masyarakat, termasuk dari model yang menjadi figur remaja seperti tokoh idola di televisi. Remaja yang mengeksplorasi peran-peran baru dalam cara yang sehat dan mendapatkan jalan yang positif untuk menerapkan peran baru dalam

⁵ Dominic Srinati, *Populer Culture, Pengantar Menuju Teori Budaya Pop*, (Yogyakarta : Jejak, 2007), 23.

⁶John Storey, *Culture Studies dan Kajian Budaya Pop, Pengantar Komprehensif Teori dan Metode*, (Jakarta & Bandung: Jalasutra, 2007), 43.

⁷ Idi Subandy Ibrahim, *Budaya populer Sebagai Komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), 56.

kehidupan, maka identitas positif akan terbentuk.⁸ Remaja yang berhasil mencapai suatu identitas diri yang stabil akan memperoleh pandangan yang jelas tentang diri, memahami perbedaan dan persamaan dengan orang lain, menyadari kelebihan dan kekurangan diri, penuh percaya diri, tanggap terhadap berbagai situasi, mampu mengambil keputusan penting, mampu mengantisipasi tantangan masa depan, serta mengenal peran dalam masyarakat.⁹

Pada masa remaja, kebanyakan individu lebih sering berada di luar rumah bersama teman-temannya. Hal ini memungkinkan individu melakukan tindakan konformitas. Sehingga tanpa disadari mereka mengikuti perilaku orang lain yang berada dekatnya. Remaja juga menempatkan teman sebaya sebagai bagian penting dalam perkembangan dirinya. Oleh karena itu, remaja akan berusaha untuk menyamakan dirinya dengan kelompok teman sebaya baik dari pakaian, perilaku, hingga gaya hidup. Konformitas pada remaja umumnya terjadi karena mereka tidak ingin dipandang berbeda dari teman-temannya dan demi memperoleh persetujuan, atau menghindari penolakan kelompok.¹⁰

Beberapa tahun belakangan ini banyak budaya asing yang masuk di Indonesia. Beberapa negara dengan budaya yang sangat beragam masuk di Indonesia dengan cara yang berbeda. Sejak jaman penjajahan, budaya barat telah masuk dalam negeri melalui penjajah yang mengenalkan

⁸ Santrock J.W. *Adolescence: perkembangan remaja*, (Jakarta: Erlangga, 2003), 346.

⁹ Novianti, W. "Kontribusi Modeling Terhadap Identitas Diri". *Jurnal Bimbingan dan Konseling Universitas Pendidikan Indonesia*. Vol.3. No. 2, (September 2015), 6.

¹⁰ Sarwono, S. W. *Psikologi remaja* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 46.

budayanya pada rakyat Indonesia, sehingga masyarakat telah lekat dengan budaya barat sejak lama, seperti mengikuti gaya berpakaian, gaya bicara dan lain sebagainya. Hal ini juga terjadi dalam beberapa tahun belakangan ini. Budaya Korea tengah merajai kalangan anak muda dalam kurun waktu yang tidak begitu lama. Walaupun sudah sejak lama budaya dari negeri ginseng ini telah masuk ke Indonesia, tetapi belum banyak anak muda yang menggandrungi budaya dari negara ini.¹¹

Budaya baru dari Korea yang tengah melekat di kalangan anak muda adalah "*Korean Wave*" atau dapat disebut dengan budaya Kpop. *Korean Wave* sendiri mencakup banyak hal yang berhubungan dengan kebudayaan di negeri Korea, meliputi drama, musik (*boyband* dan *girlband*), aktor dan aktris, bahkan sampai pada makanan khas. Bukan hanya di Indonesia, demam *Korean Wave* juga melanda hampir di seluruh Asia. Meledaknya budaya Kpop di Indonesia, sedikit banyak juga mempengaruhi perilaku generasi muda Indonesia. Ketertarikan mereka dengan budaya Korea telah merambah ke bahasa dan cara berpakaian yang tengah *booming* di negara tersebut.

Berbicara tentang budaya K-Pop yang masuk ke Indonesia akan erat kaitannya dengan kajian budaya atau *cultural studies*. *Cultural studies* sendiri memiliki kajian yang begitu luas dan terkadang menembus bidang bidang ilmu lain. Barker, sebagaimana dikutip Akhyar Yusuf Lubis, mengartikan *cultural studies* dalam empat pengertian. Pengertian pertama,

¹¹ Korea.net, *Exploring Korea*. <http://www.korea.net/exploring.do>. (19 September 2019).

cultural studies dapat dipahami sebagai kajian tentang hubungan antara kebudayaan dan kekuasaan. Pengertian kedua, *cultural studies* dapat dipahami sebagai kajian seluruh praktik, institusi, dan sistem klasifikasi yang tertanam dalam nilai-nilai partikular, kepercayaan, kompetensi, kebiasaan hidup, dan bentuk-bentuk perilaku yang biasa dari sebuah populasi. Pengertian ketiga, *cultural studies* dapat dipahami sebagai kajian tentang berbagai kaitan antara bentuk-bentuk kekuasaan gender, ras, kelas, kolonialisme, dan sebagainya. Pengertian keempat, *cultural studies* dapat dipahami sebagai kajian mengenai berbagai kaitan wacana di luar dunia akademis dengan gerakan-gerakan sosial dan politik, para pekerja di lembaga-lembaga kebudayaan, manajemen kebudayaan dan lain sebagainya.¹²

Salah satu idol K-Pop yang sedang naik daun saat ini adalah *Bangtan Boys* atau yang lebih dikenal dengan BTS. *Boygroup* besutan BigHit ini debut pada 13 Juni 2013 dengan album awal mereka yaitu *2 Cool 4 Skool*. Mereka terdiri dari tujuh member yakni RM (Leader group), Jin, Suga, J-Hope, Jimin, V, dan Jungkook.¹³ Dalam kurun waktu tiga tahun album kedua mereka yaitu *Wings* berada di nomor 26 di *Billboard* 200, yang membuat album *Bangtan Boys* ini menjadi album dengan posisi tertinggi atas album K-pop.¹⁴ Di Korea Selatan, album ini menjadi album terlaris sepanjang sejarah, album ini terjual lebih dari 1,5 juta kopi,

¹²Akhyar Yusuf Lubis, *Pemikiran Kritis Kontemporer : Dari Teori Kritis, Cultural Studies, Feminisme, Postkolonial Hingga Multikulturalisme*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 55-56.

¹³<https://id.m.wikipedia.org>, (19 September 2019).

¹⁴[https://id.m.wikipedia.org/wiki/BTS_\(grup_musik\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/BTS_(grup_musik)), (19 September 2019).

membuat album ini menjadi album pertama dengan penjualan jutaan yang diperoleh Bangtan Boys.¹⁵ Pada tahun 2017 Bangtan Boys kembali mengeluarkan album *Love Yourself : Her*, dengan album ini mereka menduduki nomor 7 di *Billboard* 200, peringkat tertinggi yang diperoleh artis Asia dalam sejarah.¹⁶ Baru-baru ini Bangtan Boys juga mengeluarkan mini album *Map of the Soul : Persona* yang dirilis pada tanggal 12 April 2019 dengan lagu utama *Boy With Luv*, album ini merupakan kelanjutan dari album *Love Yourself* yang dirilis pada tahun 2018 lalu.¹⁷

Selain memiliki talenta yang mumpuni, visual dari tiap member memang menarik perhatian bagi setiap orang terlebih remaja wanita di berbagai daerah. Dari tahun ke tahun penggemar mereka semakin banyak. Bangtan Boys adalah salah satu *boy group* yang memiliki basis penggemar yang melimpah dari berbagai negara. Di Indonesia, jumlah penggemar Bangtan Boys tergolong sebagai penggemar terbesar. Data yang dilansir dari Koreaboo.com dapat menjadi referensi bagi para ARMY (*Adorable Representative M.C for Youth*). Koreaboo.com membuat daftar peringkat 10 negara yang masyarakatnya paling menggemari Bangtan Boys. Hal ini diketahui melalui *analytic* dari Twitter idol asuhan BigHit Entertainment ini. Di urutan ke-10, ke-9, ke-8 adalah Meksiko, Taiwan, dan Amerika Serikat. Di urutan ke-7 dan ke-6 ditempati Brazil dan Malaysia. Urutan ke-5 ditempati oleh negara Thailand. Vietnam menempati urutan ke-4 untuk ARMY paling banyak. Selanjutnya, ada Indonesia yang ternyata

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid.

menempati urutan ke-3, dari data ini ARMY Indonesia menjadi yang terbesar ketiga. Di urutan ke-2 justru negara tempat Bangtan Boys dilahirkan yaitu Korea Selatan. Urutan pertama dipegang oleh negara Filipina. Sekitar 21% ARMY di seluruh dunia ada di Filipina.¹⁸ Hal ini juga terjadi di kota kecil seperti Kediri, banyak remaja yang tergabung dalam *fanbase* Bangtan Boys atau yang kita kenal dengan nama ARMY. Meski memiliki jumlah anggota yang masih sedikit, tetapi *fanbase* ini cukup aktif. Hal ini dapat dilihat dari cukup seringnya mereka mengadakan *gathering* (pertemuan) dan obrolan lewat media sosial. Aktivitas ARMY Kediri tidak jauh beda dengan *fanbase* yang lain pada umumnya, antara lain mengadakan *gathering* seperti merayakan hari debut, memperingati hari ulang tahun member Bangtan Boys dan mengikuti event-event yang berkaitan dengan Bangtan Boys.¹⁹

Fanbase Bangtan Boys ini berdiri tepat pada ulang tahun Bangtan Boys yang ke-4 yakni pada tanggal 13 Juni 2017. Walaupun belum lama, tetapi anggota dari *fanbase* ini lumayan banyak. Awal mula terbentuknya komunitas ini salah satunya adalah admin melihat banyak orang Indonesia yang mengikuti akun *facebook* resmi Bangtan Boys. Banyak pula teman sebayanya yang menyukai *boygroup* ini. Ia berinisiatif untuk mengajak temannya membuat *group chat* yang beranggotakan Army, walaupun awalnya *group* tersebut hanya beranggotakan 15 orang. Dari tahun ke

¹⁸ <http://style.tribunnews.com/2018/06/08/10-negara-yang-paling-banyak-menggemari-bts-indonesia-nomor-berapa?>, (19 September 2019)

¹⁹ A, Admin Group Komunitas ARMY, Kediri, 7 Oktober 2019

tahun banyak yang mengikuti *group* ini, kini anggota dari *group* ini mencapai 55 orang.²⁰

Komunitas ini juga mempunyai admin yang menjual barang-barang yang berkaitan dengan Bangtan Boys seperti album, stiker, dan *merchandise* yang lain. Harga dari barang-barang ini berkisar 100 ribu hingga 500 ribu per buahnya. Harga yang lumayan merogoh kocek bagi mereka yang belum bisa mencari penghasilan sendiri. Banyak juga remaja yang masih duduk di bangku SMA dan kuliah di semester awal yang bergabung dalam komunitas ini.²¹

Bergabungnya remaja dalam *fansclub* seperti ini sedikit banyak juga mempengaruhi perilaku mereka. Ihromi mengatakan bahwa interaksi antara remaja dengan budaya yang sangat intens membuat remaja menyesuaikan diri dengan kehadiran budaya sehingga merubah perilaku mereka. Perubahan ini dapat terjadi karena salah satu karakter yang terdapat pada diri remaja adalah perilaku identifikasi (peniruan, penyeragaman).²² Mereka berupaya menyamakan diri dengan kelompok dengan membeli barang-barang yang berhubungan dengan idola mereka agar diakui dalam kelompoknya. Padahal seperti yang kita ketahui, remaja yang masih duduk di bangku SMA dan kuliah di semester awal kebanyakan belum bisa mencari penghasilan sendiri dan masih meminta orangtua untuk membeli sesuatu. Dengan kata lain mereka akan menabung atau meminta orangtua agar membelikan barang-barang yang berhubungan

²⁰A , Admin Group Komunitas ARMY, Kediri, 15 Juli 2019

²¹ B, Admin Group Komunitas ARMY, Kediri, 15 Juli 2019

²² Ihromi, *Pokok-Pokok Antropologi Budaya*, (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 2006), 11.

dengan idola mereka, walaupun jika dipikirkan barang-barang tersebut tidak terlalu penting.

Berdasarkan studi pendahuluan dengan mewawancarai beberapa anggota komunitas ARMY di Kediri ditemukan bahwa mereka memiliki beberapa permasalahan diantaranya berkaitan dengan permasalahan sosial, keluarga, pendidikan, dan keuangan. Dari segi permasalahan sosial, informan A mengatakan bahwa semenjak ia menyukai Bangtan Boys dan menjadi anggota komunitas ARMY, ia sering diejek dan saling menyindir di media sosial dengan temannya yang mempunyai *fanbase* yang berbeda dengannya. Hal ini membuatnya merasa tidak nyaman ketika bertemu dengan temannya tersebut, apalagi ia berada di kampus yang sama dan pernah satu kelompok dengan temannya tersebut.²³

Selain permasalahan sosial informan, S menyatakan bahwa setelah bergabung dengan komunitas ini, ia sering dimarahi oleh orang tuanya karena bermalas-malasan dan melalaikan tugas rumah. Saat berada di rumah ia hanya berbaring di kamar sambil menonton *music video* dan acara-acara yang berhubungan dengan Bangtan Boys di *channel youtube*. S juga mengatakan bahwa ia tidak bisa lepas dari *gadget* ke manapun ia pergi.²⁴ Bergabungnya beberapa informan dengan komunitas ini juga membuat permasalahan dalam bidang pendidikan. Beberapa anggota komunitas ARMY yang kuliah di kampus yang sama mengatakan bahwa mereka sering bolos kuliah demi menghadiri *gathering* yang diadakan oleh

²³ A, Anggota Komunitas ARMY Kediri, Chat Whatsapp, 5 Oktober 2019

²⁴ S, Anggota Komunitas ARMY Kediri, Di rumah informan, 5 Oktober 2019

komunitas ARMY, event-event yang berkaitan dengan Bangtan Boys dan menonton film Bangtan Boys.

Dari segi finansial, para anggota komunitas ini belum bekerja, kebutuhan sehari-hari dan biaya pendidikan mereka masih mengandalkan orang tua. Akan tetapi setelah bergabung dengan komunitas ARMY, salah satu informan yakni, R mengatakan bahwa ia lebih sering mengeluarkan biaya untuk mengikuti *gathering* di komunitas dan membeli atribut yang berkaitan dengan Bangtan Boys seperti album, *lightstick*, dan *merchandise* yang lain, sedangkan kebutuhannya sebagai mahasiswa keperawatan sudah memerlukan banyak biaya. Hal ini membuatnya sering meminta uang lebih dari orang tua hanya untuk membeli atribut Bangtan Boys. R juga mengatakan sering dimarahi karena meminta uang lebih pada orang tua, tetapi R selalu mengelak dan berbohong pada orangtua. Padahal uang tersebut untuk membeli barang yang dia inginkan bukan untuk biaya sekolah.²⁵

Perilaku konsumtif bukan hanya membeli barang-barang yang tidak terlalu penting. Menonton dengan mengunduh ataupun dengan menyaksikan *music video* di *youtube*, keduanya sama-sama membutuhkan banyak waktu dan biaya, konsumtif di sini diartikan dengan mengonsumsi sesuatu secara terus menerus yang sebenarnya kurang dibutuhkan. Waktu yang dihabiskan dalam menonton drama juga merupakan perilaku konsumtif karena terus menerus dilakukan akan

²⁵ R, Anggota Komunitas ARMY Kediri, Di rumah informan, 6 Oktober 2019

tetapi sebenarnya kurang penting.²⁶ Perilaku tersebut dapat juga disebut dengan perilaku keranjingan terhadap *pop culture*, dimana seseorang memilih atau melakukan perilaku tersebut sesuai dengan keinginannya. Dari perspektif *Cultural Studies*, perilaku keranjingan terhadap *pop culture* mereka lakukan sebagai kesenangan remaja untuk mengisi waktu luang.²⁷ Dalam hal ini, remaja penggemar Bangtan Boys melihat video musik, menghadiri acara-acara yang berkaitan dengan Bangtan Boys, dan juga menonton film Bangtan Boys.

Bergabungnya remaja pada satu kelompok tertentu, maka remaja tersebut sangat mungkin untuk meniru ataupun melakukan apa saja yang juga dilakukan oleh kelompoknya. Hal ini dinamakan dengan konformitas. Konformitas merupakan perubahan perilaku remaja sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok.²⁸ Seperti yang dikatakan Sarwono, remaja ingin kehadirannya diakui sebagai bagian dari komunitasnya. Remaja juga menempatkan teman sebaya sebagai bagian penting dalam perkembangan dirinya.²⁹ Jadi dapat dikatakan bahwa remaja yang bergabung dengan kelompok yang menyukai hal yang sama akan cenderung meniru dan melakukan tindakan yang sama dengan teman sebayanya. Salah satunya dalam komunitas ini adalah perilaku konsumtif

²⁶ Sindy Arti Wulandari, dkk, Perilaku Konsumtif Peserta Didik Penggemar K-Pop di SMA Negeri 4 Surakarta, *Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret, Surakarta*, Vol. 3. No.1 (November 2011), 15.

²⁷ Dominic Srinati, *Populer Culture, Pengantar Menuju Teori Budaya Pop*, (Yogyakarta : Jejak, 2007), 12.

²⁸ Zebua. A.S dan Nurdjayadi, R.D. *Hubungan antara Konformitas dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*. PHRONOSIS (Jakarta : Universitas Taruma Negara, 2001), 10.

²⁹ Sarwono, S. W. *Psikologi remaja* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 74.

dengan membeli barang-barang tertentu yang berkaitan dengan idola mereka. Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Konformitas Remaja Penggemar Bangtan Boys pada Komunitas ARMY di Kediri”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana aspek konformitas pada remaja penggemar Bangtan Boys di komunitas ARMY Kediri?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas remaja penggemar Bangtan Boys di komunitas ARMY Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana aspek konformitas pada remaja penggemar Bangtan Boys di komunitas ARMY Kediri.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas remaja penggemar Bangtan Boys di komunitas ARMY Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai karya ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang pendidikan, khususnya pendidikan sosial terkait dengan konformitas remaja penggemar Bangtan Boys dalam komunitas ARMY di Kediri.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan informasi dan pemahaman tentang konformitas yang dilakukan oleh remaja, khususnya pada penggemar Bangtan Boys dalam komunitas ARMY di Kediri.

E. Telaah Pustaka

Berdasarkan literatur yang peneliti temukan, terdapat beberapa penelitian yang dapat menjadi referensi sebagai sumber informasi bagi pelaksanaan penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

1. Jurnal psikologi, Vol. 2, Nomor 2, 2017 oleh Ria Tiwi Nurfadiah dengan judul “Konformitas dengan Kepercayaan Diri pada Remaja Komunitas Pecinta Korea di Pekanbaru”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara empirik hubungan antara konformitas dengan kepercayaan diri pada remaja komunitas korea (penelitian pada komunitas kopers Pekanbaru). Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan subjek sebanyak 133 remaja yang berasal dari komunitas Korea Kopers Pekanbaru. Nilai *adjusted R square* atau nilai kontribusi dalam penelitian ini sebesar 4,9% menunjukkan kontribusi kepercayaan diri terhadap konformitas remaja Komunitas Korea. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada

hubungan konformitas dengan kepercayaan diri pada remaja komunitas korea.³⁰

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah teori yang digunakan, subjek, lokasi dan metode yang digunakan dalam melakukan penelitian.

2. Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi Vol. 3. No.1 (2011), oleh Sindy Arti Wulandari, dkk dengan judul “Perilaku Konsumtif Peserta Didik Penggemar K-Pop di SMA Negeri 4 Surakarta”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui aktivitas sosial yang telah peserta didik lakukan sebagai seorang penggemar musik K-Pop dan bentuk perilaku konsumtif peserta didik penggemar K-Pop.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa aktivitas sosial yang dilakukan oleh peserta didik penggemar K-Pop antara lain berupa aktivitas fisik, seperti bergabung dengan komunitas, menonton konser, mendatangi tempat bernuansa korea, dan non-fisik, seperti men-*download* drama atau lagu K-Pop, menonton drama atau video K-Pop, stalking di akun media sosial K-Pop, mengunggah foto di akun media sosial, perilaku konsumtif seperti membeli album K-Pop dengan jumlah yang banyak, mengoleksi barang-barang K-Pop, dan menghabiskan uang untuk makan di restaurant korea.³¹

³⁰ Ria Tiwi Nurfadiah, “Konformitas dengan Kepercayaan Diri pada Remaja Komunitas Pecinta Korea di Pekanbaru”, *Jurnal psikologi*, Vol. 2, Nomor 2, (Oktober 2017), 19.

³¹ Sindy Arti Wulandari, dkk, “Perilaku Konsumtif Peserta Didik Penggemar K-Pop di SMA Negeri 4 Surakarta”, *Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret, Surakarta*, Vol. 3. No.1 (November 2011), 23.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini selain subjek, teori dan lokasi adalah adanya fokus penelitian pada aktivitas sosial.

3. Jurnal Psikologi, Vol. 1, Nomor. 2, 2013 oleh Sella Ayu Pertiwi yang berjudul “Konformitas dan *Fanatisme* pada Remaja *Korean Wave* (Penelitian Pada Komunitas *Super Junior* Fans Club Elf “*Ever Lasting Friend*”) di Samarinda”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui konformitas dan fanatisme yang dilakukan remaja dalam *fans club* Super Junior. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan bentuk studi kasus dengan subjek sebanyak tiga orang yang tergabung dalam *fans club* Super Junior Di Samarinda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ketiga subjek yang tergabung dalam *fans club* Super Junior tidak memiliki perbedaan dalam menerima pengaruh dari suatu kebudayaan baru seperti *Korean Wave* dengan melakukan konformitas dan berperilaku fanatik pada objek yang mereka suka.³²

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu teori yang digunakan, subjek dan lokasi. Penelitian ini terfokus pada pengaruh budaya K-pop dan fanatisme.

³² Sella Ayu Pertiwi, “Konformitas dan *Fanatisme* pada Remaja *Korean Wave* (Penelitian Pada Komunitas *Super Junior* Fans Club Elf “*Ever Lasting Friend*”) di Samarinda”, *Jurnal Psikologi*, Vol. 1, Nomor. 2, (Desember 2013), 18.