

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS KELOMPOK PENGGEMAR DENGAN INTENSITAS MEMBELI COMPACT DISC BAJAKAN PADA SLANKERS DIPATI

Oleh:

Kurnianto
M2A001047

Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro

ABSTRAK

Karakteristik subjek pada penelitian ini adalah anggota resmi organisasi Slank Fans Club Pati, berusia antara 16-20 tahun dan memiliki koleksi *compact disc* bajakan dari grup band Slank. Jumlah subjek uji coba sebanyak 40 orang anggota dan jumlah subjek penelitian sebanyak 76 orang anggota.

Alat ukur penelitian menggunakan Skala Konformitas Kelompok Penggemar dengan 32 item ($\alpha=0,951$) dan Skala Intensi Membeli *Compact Disc* Bajakan dengan 33 item ($\alpha=0,948$). Kedua skala tersebut disusun dengan penskalaan model Likert dan analisis statistiknya menggunakan komputer dengan program SPSS Versi 12.0.

Hasil analisis regresi sederhana diperoleh $r_{xy} = -0,313$, dengan $p=0,006$ ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara konformitas kelompok penggemar dengan intensitas membeli *compact disc* bajakan. Semakin tinggi tingkat konformitas kelompok maka intensitas pembelian *compact disc*.

Kemajuan teknologi tidak hanya membawa perubahan cara positif, tetapi di sisi lain juga cenderung melahirkan permasalahan baru yang mengancam jumlah pembajakan produk musik di tanah air. Kondisi tersebut dipandang perlu untuk dilakukan kajian mengenai intensitas pembelian pada remaja yang menjadi segmen pasarnya agar dapat mengatasi permasalahan tersebut. Intensitas pembelian secara teoritis dipengaruhi oleh konformitas kelompok penggemar, yaitu penyesuaian perilaku oleh fans sesuai norma yang berlaku pada Slank Fans Club.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan konformitas kelompok penggemar dengan intensitas membeli *compact disc* bajakan pada Slankers di Pati. *Disc* bajakan akan semakin rendah. Koefisien determinasi sebesar 0,098, berarti konformitas kelompok penggemar memberikan sumbangan efektif sebesar 9,8% terhadap intensitas membeli *compact disc* bajakan. Sisanya sebesar 90,2% ditentukan oleh faktor lain yang diduga lebih berpengaruh yakni kepercayaan diri individu.

Kata kunci: *Konformitas, kelompok penggemar, intensitas membeli, compact disc bajakan.*