



**HUBUNGAN *SOCIAL IDENTITY* DENGAN
ETNOSENTRISME PADA ANGGOTA UNIT KEGIATAN
MAHASISWA (UKM) DI UNIVERSITAS NEGERI
SEMARANG**

SKRIPSI

**disajikan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi**

oleh

Diana Widya Evita

1511414110

**JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2019**

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi dengan judul “Hubungan Antara *Social Identity* dengan Etnosentrisme pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang” ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain baik sebagian atau keseluruhan. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik penulisan ilmiah.

Semarang, 30 Januari 2019

Yang Menyatakan



Diana Widya Evita

1511414110

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Hubungan Antara *Social Identity* dengan Etnosentrisme pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang” telah dipertahankan dihadapan sidang panitia penguji skripsi Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang pada hari Senin, 04 Februari 2019.



Dr. Achmad Rifai RC, M.Pd
NIP. 195908211984031001

Sekretaris



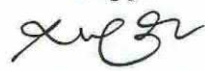
Sugiariyanti, S.Psi., M.A.
NIP. 197804192003122001

Penguji 1



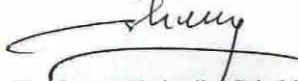
Nuke Martiarini, S.Psi., M.A.
NIP. 198103272012122001

Penguji 2



Rulita Hendriyani, S.Psi., M.Si.
NIP. 197202042000032001

Penguji 3



Drs. Sugeng Hariyadi, S.Psi., M.S.
NIP. 195701251985031001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman” (Q.S. Al-Imran: 139)

Make dream come true.

Persembahan

Skripsi ini penulis persembahkan kepada Bapak, Ibu, Kakak dan Adik penulis, yang selalu memberikan doa dan semangat yang tiada hentinya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *rabbil'alamin*. Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “Hubungan Antara *Social Identity* dengan Etnosentrisme pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang” sampai dengan selesai.

Skripsi ini dapat terselesaikan tentunya tidak lepas dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Achmad Rifai RC, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan, beserta para jajaran pimpinan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Sugeng Hariyadi, S.Psi., M.S. selaku Ketua Jurusan Psikologi dan dosen pembimbing, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, yang telah menuntun, memberikan kesabaran dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi.
3. Nuke Martiarini, S.Psi., M.A. selaku dosen penguji 1, yang telah membimbing dan memberikan masukan-masukan kepada penulis.
4. Rulita Hendriyani, S.Psi., M.Si. selaku dosen penguji 2, yang telah membimbing dan memberikan masukan kepada penulis.

5. Seluruh dosen Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu pendidikan Universitas Negeri Semarang, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang keilmuan Psikologi kepada penulis.
6. Seluruh mahasiswa yang tergabung dalam kelompok unit kegiatan mahasiswa (UKM) yang ada di Universitas Negeri Semarang.
7. Kedua orang tua penulis yaitu bapak Widodo dan ibu Suparmi, kakak penulis yaitu Nani Widyawati, adik penulis yaitu Dimas Wahyu Widyawanto, kakek penulis Alm. Suwarno, yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua keluarga penulis terutama sepupu-sepupu yaitu dek Angkin, dek Tata, Mbak Evi, Mbak Lintang, Mbak Puput, dek Intan, Mas Ari yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam proses pengerjaan skripsi.
9. Teman-teman HIPNOSA, UKM FIAT JUSTICIA yang telah memberikan banyak pelajaran berharga dalam berorganisasi.
10. Teman-teman rombel 3 dan semua angkatan 2014, serta seluruh keluarga besar Psikologi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan pelajaran berharga bagi penulis.
11. Semua teman kos, yang selalu menemani dan memberikan semangat kepada penulis.

Semarang, 04 Februari 2019

Penulis

ABSTRAK

Evita. DW. 2019. *Hubungan Antara Social Identity dengan Etnosentrisme pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang*. Skripsi. Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang. Skripsi ini dibawah Pembimbing: Drs. Sugeng Hariyadi, S.Psi., M.S.

Kata Kunci: Etnosentrisme, *Social Identity*, UKM

Interaksi dalam organisasi membentuk sebuah kebudayaan. Adanya anggapan bahwa kebudayaan kelompok sendiri paling baik dibandingkan kelompok lain disebut sebagai etnosentrisme. Etnosentrisme merujuk pada sikap negatif terhadap kelompok lain yang berakibat adanya ketidakharmonisan antar kelompok. Sikap etnosentrisme terjadi karena individu mengidentifikasikan dirinya ke dalam sebuah kelompok tertentu yang dianggap berbeda, pengidentifikasian diri dalam kelompok disebut sebagai *social identity*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *social identity* dengan etnosentrisme pada anggota unit kegiatan mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan desain korelasional. Terdapat 109 mahasiswa yang tersebar di beberapa UKM sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel berupa *non-probabilitas* sampling. Jenis pengambilan sampel adalah sampel jenuh. Data penelitian diperoleh melalui skala etnosentrisme terdiri dari 27 aitem valid, koefisien validitas sebesar 0.014 - 0,679 dengan koefisien reliabilitas sebesar 0.880. Skala *social identity* terdiri dari 26 aitem valid, koefisien validitas sebesar 0.095 - 0.707 dengan koefisien reliabilitas sebesar 0.905. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi Spearman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan yang positif antara *social identity* dengan etnosentrisme pada UKM ($r = 0,829$ dan $p < 0.05$). Penelitian ini juga menunjukkan gambaran umum sikap etnosentrisme pada kategori tinggi sebesar 93,6% dan gambaran umum *social identity* pada kategori tinggi sebesar 83,5%. Maka hipotesis penelitian yang berbunyi ada hubungan antara *social identity* dengan etnosentrisme pada anggota unit kegiatan mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang, diterima. Arah hubungan antara kedua variabel adalah positif, artinya semakin tinggi *social identity* yang dimiliki oleh anggota kelompok UKM, semakin tinggi pula sikap etnosentrisme yang dimiliki oleh anggota kelompok UKM.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxx
BAB	
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	21
1.4.1 Manfaat Teoritis	21
1.4.2 Manfaat Praktis	21

2. LANDASAN TEORI	22
2.1 Etnosentrisme.....	22
2.1.1 Pengertian Etnosentrisme	22
2.1.2 Dimensi-dimensi Etnosentrisme	25
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Etnosentrisme	28
2.2 <i>Social Identity</i>	32
2.2.1 Pengertian <i>Social Identity</i>	32
2.2.2 Dimensi-dimensi <i>Social Identity</i>	35
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Social Identity</i>	40
2.2.4 Jenis-jenis <i>Social Identity</i>	48
2.3 Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM)	52
2.4 Hubungan <i>Social Identity</i> dengan Etnosentrisme pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang	53
2.5 Kerangka Berpikir	56
2.6 Hipotesis	57
3. METODE PENELITIAN.....	58
3.1 Jenis Penelitian	58
3.2 Desain Penelitian	59
3.3 Variabel Penelitian	60
3.3.1 Identifikasi Variabel Penelitian	60
3.3.1.1 <i>Variabel Tergantung (Dependent Variable)</i>	61
3.3.1.2 <i>Variabel Bebas (Independent Variable)</i>	61

3.3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	62
3.3.3 Hubungan Antara Variabel Penelitian	64
3.4 Populasi dan Sampel	65
3.4.1 Populasi	66
3.4.2 Sampel	68
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	70
3.6 Validitas dan Reliabilitas	73
3.6.1 Validitas	73
3.6.2 Reliabilitas	75
3.7 Uji Coba	77
3.7.1 Persiapan Uji Coba	77
3.7.2 Pelaksanaan Uji Coba	79
3.7.3 Hasil Uji Coba Skala Etnosentrisme	80
3.7.4 Hasil Uji Coba Skala <i>Social Identity</i>	82
3.7.5 Hasil Uji Coba Reliabilitas Skala Etnosentrisme	84
3.7.6 Hasil Uji Coba Reliabilitas Skala <i>Social Identity</i>	85
3.8 Metode Analisis Data	85
4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	89
4.1 Persiapan Penelitian	89
4.1.1 Orientasi Kancas Penelitian	89
4.1.2 Perizinan Penelitian	91
4.1.3 Penentuan Subjek Penelitian	92

4.1.4 Penyusunan Instrumen Penelitian	93
4.2 Pelaksanaan Penelitian	94
4.2.1 Proses Pengumpulan Data	94
4.2.2 Proses Skoring	95
4.3 Hasil Penelitian	96
4.3.1 Analisis Inferensial Hubungan Antara <i>Social Identity</i> dengan Etnosentrisme pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang	96
4.3.2 Analisis Deskriptif Hubungan Antara <i>Social Identity</i> dengan Etnosentrisme pada Anggota Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang	98
4.3.2.1 <i>Gambaran Etnosentrisme pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang</i>	99
4.3.2.1.1 <i>Gambaran Umum Etnosentrisme</i>	99
4.3.2.1.2 <i>Gambaran Etnosentrisme Berdasarkan Tiap UKM</i>	102
4.3.2.1.2.1 <i>Gambaran Etnosentrisme Berdasarkan UKM Pramuka</i>	102
4.3.2.1.2.2 <i>Gambaran Etnosentrisme Berdasarkan UKM Menwa</i>	103
4.3.2.1.2.3 <i>Gambaran Etnosentrisme Berdasarkan UKM Padus</i>	104
4.3.2.1.3 <i>Gambaran Etnosentrisme Berdasarkan Dimensi Preferensi</i>	105
4.3.2.1.4 <i>Gambaran Etnosentrisme Berdasarkan Dimensi Superioritas</i>	106
4.3.2.1.5 <i>Gambaran Etnosentrisme Berdasarkan Dimensi Kemurnian</i>	108
4.3.2.1.6 <i>Gambaran Etnosentrisme Berdasarkan Dimensi Pengeksploitasian</i> ...	109
4.3.2.1.7 <i>Gambaran Etnosentrisme Berdasarkan Dimensi Kohesi</i>	110
4.3.2.1.8 <i>Gambaran Etnosentrisme Berdasarkan Dimensi Kesetiaan</i>	111

4.3.2.2 <i>Gambaran Social Identity pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang</i>	113
4.3.2.2.1 <i>Gambaran Umum Social Identity</i>	113
4.3.2.2.2 <i>Gambaran Social Identity Berdasarkan Tiap UKM</i>	116
4.3.2.2.2.1 <i>Gambaran Social Identity Berdasarkan UKM Pamuka</i>	116
4.3.2.2.2.2 <i>Gambaran Social Identity Berdasarkan UKM Menwa</i>	117
4.3.2.2.2.3 <i>Gambaran Social Identity Berdasarkan UKM Padus</i>	105
4.3.2.1.3 <i>Gambaran Social Identity berdasarkan Dimensi Persepsi dalam Konteks Antar Kelompok</i>	119
4.3.2.1.4 <i>Gambaran Social Identity berdasarkan Dimensi Daya Tarik In-group</i>	121
4.3.2.1.5 <i>Gambaran Social Identity berdasarkan Dimensi Keyakinan Saling Tetikat</i>	122
4.3.2.1.6 <i>Gambaran Social Identity berdasarkan Dimensi Depersonalisasi</i>	124
4.4 <i>Pembahasan</i>	125
4.4.1 <i>Pembahasan Analisis Inferensial Hubungan Antara Social Identity dengan Etnosentrisme pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang</i>	125
4.4.2 <i>Pembahasan Analisis Deskriptif Hubungan Antara Social Identity dengan Etnosentrisme pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang</i>	129
4.4.2.1 <i>Etnosentrisme</i>	129
4.4.2.2 <i>Social Identity</i>	131
4.5 <i>Keterbatasan Penelitian</i>	132
5. <i>PENUTUP</i>	133
5.1 <i>Simpulan</i>	133

5.2 Saran	134
DAFTAR PUSTAKA	136

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Rangkuman Jawaban Responden	16
Tabel 1.2 Skala Studi Pendahuluan	17
Tabel 3.1 Klasifikasi Populasi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang	67
Tabel 3.2 Populasi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang	68
Tabel 3.3 Klasifikasi Skala Rating Likert: Tabel <i>Favorable</i> dan <i>Unfavorable</i>	71
Tabel 3.4 <i>Blue Print</i> Skala Etnosentrisme	71
Tabel 3.5 <i>Blue Print</i> Skala <i>Social Identity</i>	72
Tabel 3.6 Interpretasi Reliabilitas	76
Tabel 3.7 Rincian Aitem Valid Skala Etnosentrisme Setelah <i>Try Out</i>	80
Tabel 3.8 Rincian Aitem Valid Skala <i>Social Identity</i> Setelah <i>Try Out</i>	82
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Skala Etnosentrisme	84
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Social Identity</i>	85
Tabel 3.11 Pengolahan Kriteria Analisis Berdasarkan Mean Teoritik	88
Tabel 4.1 Hasil Uji Hipotesis <i>Social Identity</i> dengan Etnosentrisme pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang.....	97
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Etnosentrisme pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang	101
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Etnosentrisme pada UKM Pramuka	102
Tabel 4.4 Gambaran Etnosentrisme pada UKM Menwa	103

Tabel 4.5	Gambaran Etnosentrisme pada UKM Padus	104
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Etnosentrisme Berdasarkan Dimensi Preferensi ...	106
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Etnosentrisme Berdasarkan Dimensi Superioritas	107
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Etnosentrisme Berdasarkan Dimensi Kemurnian...	108
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Etnosentrisme Berdasarkan Dimensi Pengeksploitasian	110
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Etnosentrisme Berdasarkan Dimensi kohesi	111
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Etnosentrisme Berdasarkan Dimensi Kesetiaan	112
Tabel 4.12.	Distribusi Frekuensi <i>Social Identity</i> pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang	115
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi <i>Social Identity</i> pada UKM Pramuka	116
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi <i>Social Identity</i> pada UKM Menwa	117
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi <i>Social Identity</i> pada UKM Padus	118
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi <i>Social Identity</i> Berdasarkan Dimensi Persepsi dalam Konteks Antar Kelompok	120
Tabel 4.17	Distribusi Frekuensi <i>Social Identity</i> Berdasarkan Dimensi Daya Tarik <i>In-group</i>	121
Tabel 4.18	Distribusi Frekuensi <i>Social Identity</i> Berdasarkan Dimensi Keyakinan Saling Terikat	123
Tabel 4.19	Distribusi Frekuensi <i>Social Identity</i> Berdasarkan Dimensi Depersonalisasi	124

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Terbentuknya <i>Social Identity</i> dalam Model Interaksional	45
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	53
Gambar 3.1 Hubungan Antar Variabel	66
Gambar 4.1 Data Gambaran Umum Etnosentrisme	102
Gambar 4.2 Data Etnosentrisme pada Anggota UKM Pramuka	103
Gambar 4.3 Data Etnosentrisme pada Anggota UKM Menwa	104
Gambar 4.4 Data Etnosentrisme pada Anggota UKM Padus	105
Gambar 4.5 Data Gambaran Umum <i>Social Identity</i>	116
Gambar 4.6 Data <i>Social Identity</i> Pada Anggota UKM Pramuka	116
Gambar 4.7 Data <i>Social Identity</i> Pada Anggota UKM Menwa	118

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Skala Penelitian	123
Lampiran 2. Surat Izin Penelitian	131
Lampiran 3. Surat Keterangan Rektor	135
Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian	146
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	159
Lampiran 6. Hasil Olah Data	192

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kelompok memiliki nilai dan norma yang diyakini oleh setiap anggota di dalamnya, sehingga setiap anggota kelompok memiliki kesamaan nilai yang dianut secara bersama. Dalam kehidupan berkelompok, kelompok selalu memiliki aturan-aturan yang telah disepakati bersama oleh para anggotanya. Kelompok yang terdapat di masyarakat disebut dengan kelompok sosial. Kelompok sosial adalah kumpulan individu yang memiliki kesadaran bersama akan keanggotaan dirinya dalam kelompok dan memiliki sistem sosial terstruktur yang saling berinteraksi satu dengan yang lain, terlibat dalam sebuah kegiatan yang sama, memiliki hubungan yang diatur oleh norma, tindakan-tindakannya dilakukan sesuai dengan kedudukan atau status dan peran dari tiap individu yang saling bergantung satu sama lain, Ibrahim (dalam Putri, 2013).

Tidak hanya dalam masyarakat secara umum, kelompok sosial juga terjadi dalam berbagai lingkungan. Salah satunya adalah lembaga formal yaitu sekolah maupun perguruan tinggi. Kelompok sosial yang terdapat di sekolah juga terbentuk atas dasar kesamaan tujuan yang dimiliki oleh para siswa-siswinya yang kemudian terbentuk ke dalam sebuah organisasi yang memiliki sistem keorganisasian yang jelas.

Organisasi merupakan sekumpulan individu yang terbentuk atas dasar tujuan yang sama. Di dalam organisasi setiap anggotanya dituntut untuk bekerja secara

rasional dan terencana di bawah pengarahannya koordinator. Adanya visi dan misi yang sama antar anggota dalam sebuah organisasi akan memudahkan dalam pencapaian tujuan. Pada dasarnya organisasi digunakan sebagai wadah atau tempat berkumpulnya individu yang memiliki tujuan sama untuk membentuk suatu ketertarikan antara dirinya dan tujuan yang diharapkan secara bersama. Dalam lingkup Universitas, organisasi sering disebut sebagai unit kegiatan mahasiswa atau disingkat UKM. UKM merupakan wadah atau tempat bagi para mahasiswa untuk mengembangkan minat dan bakat yang dimilikinya.

Unsur terpenting dalam sebuah organisasi yaitu adanya kerjasama antar anggota. Kerjasama harus dilakukan oleh semua anggota dalam sebuah organisasi, tentunya dalam bekerjasama harus dibangun iklim atau kondisi lingkungan yang positif. Lingkungan yang positif akan membentuk situasi yang kondusif, dampaknya yaitu akan membentuk pengaruh terhadap gaya gerak organisasi. Hasil dari kerjasama yang positif didapat melalui komunikasi yang efektif. Menurut Yuliana (2012) Komunikasi organisasi merupakan proses bertukarnya informasi dalam sebuah hubungan yang saling ketergantungan antar satu dengan yang lainnya untuk mengatasi situasi yang berubah-ubah, tujuannya adalah untuk memahami antar sesama anggota dalam organisasi, hal ini dapat dicapai melalui interaksi.

Interaksi yang dilakukan anggota kelompok dapat membentuk bagaimana cara kelompok tersebut dalam proses pengambilan keputusan, yang berupa kebijakan kelompok, serta ketercapaian tujuan dalam organisasi. Interaksi yang terjadi dalam kelompok akan membentuk sebuah kebudayaan. Kebudayaan adalah segala sesuatu

baik berupa karya maupun rasa yang dihasilkan oleh manusia dalam bentuk teknologi atau kebudayaan kebendaan maupun kebudayaan yang sifatnya jasmaniah (*material culture*). Setiap kelompok tentunya memiliki kebudayaannya masing-masing, hal ini yang menjadi ciri khas dari sebuah kelompok sosial tertentu. Ciri yang dimiliki oleh setiap kelompok adalah suatu hasil kebudayaan yang dianggap baik atau memiliki arti yang kuat bagi para anggota kelompok tersebut. Hal ini menimbulkan adanya anggapan bahwa kebudayaan kelompoknya paling baik, sehingga para anggota kelompok memiliki rasa bangga terhadap kelompoknya.

Suroyya dkk (2014) mengatakan bahwa perbedaan nilai, norma maupun pandangan dalam diri individu bisa saja terjadi, sebab jika dua individu dengan latar belakang budaya yang berbeda bertemu maka akan terjadi perbedaan nilai maupun norma yang dianut oleh individu tersebut. Perbedaan mengakibatkan timbulnya jarak atau kesenjangan antar individu sehingga terjadi ketidakseimbangan dalam sebuah komunikasi. Ketika individu berada pada suatu keanggotaan kelompok, kemudian individu tersebut meleburkan dirinya ke dalam kelompoknya (*in-group*), maka individu akan merasa bahwa dirinya adalah bagian dari kelompok dan merasa ikut berperan serta dalam keberhasilan kelompok sehingga menimbulkan rasa bangga terhadap kelompok yang dimilikinya (*in-group*). Rasa bangga atas keanggotaan suatu kelompok inilah yang menjadikan individu cenderung membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain. Anggapan bahwa kelompoknya lebih unggul dibandingkan dengan kelompok lain inilah yang menimbulkan kesalahpahaman antar kelompok sehingga muncul adanya ketidakharmonisan yang berakibat pada adanya penilaian

negatif yang ditujukan baik pada individu maupun kelompok. Hal ini disebut sebagai etnosentrisme.

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa sikap etnosentrisme yang dimiliki anggota kelompok tertentu terlihat adanya perilaku saling merendahkan kelompok lain, bahwa kelompok lain tidak sekuat kelompoknya dan apa yang dimiliki kelompok sendiri (*in-group*) tidak dimiliki oleh kelompok lain, adanya sikap saling menjatuhkan antar anggota kelompok dengan berita yang bersifat negatif, seperti membuat pemberitaan bahwa kelompok lain kurang kooperatif dan sebagainya. Fakta lain menunjukkan ada perilaku saling tuduh terhadap UKM lain terkait hal-hal yang negatif yang berakhir pada sikap permusuhan antar kelompok. Hal ini terlihat dari sikap yang saling menjatuhkan dan *gesture* yang ditampilkan terhadap kelompok lain bahwa individu dalam suatu kelompok tersebut tidak menyukai kelompok lain (*out-group*). Hal ini dapat diperkuat dengan adanya fakta yang menunjukkan bahwa saat acara yang diselenggarakan oleh universitas pada salah satu perguruan tinggi terjadi aksi kompetitif dimana terdapat salah satu UKM yang memancing sebuah aksi yang nampak membanggakan kelompoknya sendiri sehingga memicu UKM lain untuk saling membalas aksi yang dilakukan oleh UKM tersebut dan berakhir pada pertikaian dan tidak terselesaikan, permasalahan seperti ini sering terjadi pada perguruan tinggi yang memiliki banyak UKM di dalamnya dengan masing-masing karakter anggota yang berbeda.

Etnosentrisme adalah anggapan bahwa kelompok sendiri sebagai pusat atas segalanya dan membandingkan kelompok lain dengan penilaian standar secara

subjektif atas dasar kelompoknya. Sikap etnosentrisme merupakan kebiasaan yang dilakukan oleh kelompok dimana memiliki anggapan bahwa kebudayaan kelompoknya adalah kebudayaan yang paling baik. Etnosentrisme membuat individu memiliki acuan bahwa dapat mengukur baik buruk, benar salahnya kelompok lain berdasarkan standar kelompoknya. Etnosentrisme muncul ketika individu menilai bahwa kelompok lain berdasarkan standar kelompoknya sendiri, dalam arti individu menilai bahwa kelompoknya sendiri lebih baik dari pada kelompok lain (Baihaqi, 2016). Etnosentrisme merupakan sikap yang termasuk melihat kelompoknya memiliki budi yang luhur dan unggul, standar dari kelompoknya memiliki nilai yang *universal* sementara kelompok luar (*out-group*) dinilai sebagai kelompok yang hina dan rendah, Levine & Cambell (dalam Baihaqi, 2016). Pendapat ini juga didukung oleh Kusumowardhani dkk (2013) yang menyatakan bahwa di dalam sebuah kelompok terdapat proses membandingkan antara kelompok sendiri dengan kelompok lain, individu di dalam kelompok tersebut akan membandingkan kelompoknya dan menganggap kelompoknya lebih positif, sedangkan kelompok lain akan selalu dipandang lebih rendah atau negatif (*out-group derogation*).

Sikap etnosentrisme merupakan pandangan suatu kelompok yang menunjukkan pusat segala sesuatu, dan segala pandangan diukur dari perspektif kelompok tersebut, di dalam setiap kelompok memiliki kebanggaan, kesombongan, merasa kelompoknya kuat (*superior*), membenarkan apa yang dilakukan oleh kelompoknya (*in-group*) dan menganggap remeh sesuatu yang berasal dari kelompok luar (*out-group*), Sumner (dalam Ramadhania, 2013). Hal ini didukung oleh Patta (2014) yang menyatakan

bahwa kesalahan dalam menginterpretasi sebuah pesan akan memunculkan pandangan sosial yang tidak benar berupa *stereotype* dan prasangka (*prejudice*) yang keduanya dikenal dengan istilah etnosentrisme, dimana terdapat pandangan subjektif yang memandang nilai budayanya dari kelompoknya sendiri lebih unggul dan *superior* dibandingkan budaya dari kelompok lain, kebudayaan kelompoknya dijadikan sebagai pusat orientasi dan standarisasi untuk mengukur budaya-budaya dari kelompok lain. Pada saat yang bersamaan juga etnosentrisme melahirkan sinisme, yang berupa sikap meremehkan dan apriori, hal ini yang menjadikan adanya konflik laten antar kelompok dalam jangka waktu yang cukup lama dan sulit untuk terselesaikan.

Sikap etnosentrisme memiliki arti negatif, dimana dalam kehidupan sehari-hari seseorang menanyakan siapakah anda terhadap orang lain, pertanyaan ini merupakan pertanyaan yang paling dasar dalam sebuah interaksi sosial (Meganingrum & Fuziah, 2017). Hasil dari interaksi yang dilakukan oleh individu di dalam kelompok adalah konsep diri individu, konsep diri individu merupakan aspek yang ada dalam diri individu baik sikap, maupun afeksi yang ada dalam diri individu (Shintaviana & Yudarwati, 2014).

Konflik antar UKM yang diprediksi sering terjadi adalah salah satunya etnosentrisme, konflik yang terjadi antar UKM ini tidak mudah untuk dihilangkan atau diturunkan karena berada pada taraf kognitif seseorang, jadi kepatuhan terhadap nilai-nilai kelompok sudah terskema dalam kognitif dalam bentuk keyakinan (*belief*). Sikap etnosentrisme yang terjadi pada anggota UKM memunculkan pandangan buruk (negatif) suatu kelompok baik sikap atau perilaku yang nampak dan terjadi dalam

kurung waktu cukup lama, bahkan dalam proses pergantian periode kepemimpinan sikap seperti ini menurun kegenerasi di bawahnya, sehingga hal ini mengakibatkan tidak adanya penyelesaian masalah secara konkrit oleh kelompok UKM.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suroyda dkk (2014) dengan judul pengaruh sikap etnosentrisme, *interpersonal communication competence* dan gaya komunikasi terhadap efektifitas komunikasi etnis Tionghoa kepada etnis Jawa di kecamatan Ambulu kabupaten Jember memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap etnosentrisme, *interpersonal communication competence* dan gaya komunikasi terhadap efektifitas komunikasi etnis Tionghoa. Artinya bahwa komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat etnis Tionghoa terhadap masyarakat etnis pribumi tidak efektif karena adanya sikap etnosentrisme, *interpersonal communication competence* dan gaya komunikasi, terdapat hubungan yang erat antar ketiga variabel.

Sementara penelitian lain yang dilakukan oleh Agustian & Yoserizal (dalam Baihaqi dkk, 2016) pada komunitas Tionghoa di Kota Bagan Siapi-api Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau memperoleh hasil bahwa masyarakat Tionghoa jarang bergaul dengan masyarakat pribumi, adanya perbedaan bahasa juga mempengaruhi gaya berkomunikasi sehingga masyarakat Tionghoa enggan berkomunikasi terhadap masyarakat pribumi, hal ini dikarenakan adanya ketidakmampuan dalam berkomunikasi dengan masyarakat pribumi. Meskipun masyarakat Tionghoa dan pribumi hidup bersama secara berdampingan tetapi

masyarakat Tionghoa memiliki *stereotype* bahwa masyarakat pribumi adalah pemalas dibandingkan dengan orang Tionghoa. Dan mayoritas masyarakat Tionghoa beranggapan bahwa masyarakat pribumi tidak bertanggung jawab, pemaarah, pendendam, dan mudah tersinggung.

Salah satu sikap etnosentrisme pada individu dipengaruhi oleh faktor kepribadian. Kepribadian adalah hasil dari sikap, afeksi, nilai-nilai yang termanifestasikan dalam bentuk perilaku seseorang. Kepribadian seseorang dapat terbentuk atas dasar adanya interaksi yang terjadi di lingkungan masyarakat. Dalam perspektif interaksi memahami perilaku individu dilihat sebagai proses yang memungkinkan individu membentuk dan mengatur perilakunya dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka.

Menurut Mead (dalam Sara & Haryono, 2013) menyatakan bahwa diri individu mengalami perkembangan melalui proses sosialisasi. Ada tiga tahap dalam proses sosialisasi, pertama tahap bermain (*Play stage*), kedua tahap permainan (*Game stage*), dan ketiga tahap orang lain pada umumnya (*Generalized Others*). Pada tahap pertama yaitu tahap bermain (*play stage*), individu penuh dengan kepura-puraan, maksudnya dalam tahap ini, pada usia anak-anak mengambil peran, mengandaikan dirinya sebagai orang lain atau pura-pura menjadi orang lain (bermain peran melalui imitasi). Dalam perkembangan kepura-puraan ini, proses pemahaman diri sebagai peran pengandaianya kurang mapan, tidak tertata dengan baik, dan tidak pada umumnya. Kedua adalah tahap permainan (*game stage*) menuntut seorang individu memerankan peran dengan utuh. Kesadaran menempati posisi membawa konsekuensi

untuk memenuhi semua hak dan kewajiban yang dibebankan pada posisi itu. Sehingga pada tahap ini kepribadian yang kokoh mulai dibentuk. Tahap yang ketiga adalah seperti individu pada umumnya (*generalized other*) dalam hal ini anak sudah berkembang mulai menjadi dewasa dan mulai memahami lingkungan secara luas. Pada tahapan ini, setelah kepribadian yang kokoh sudah mulai terbentuk maka kemampuan mengevaluasi diri mereka sendiri didapat dari sudut pandang orang lain atau masyarakat secara umum, tidak hanya sekedar dari sudut pandang individu-individu yang tersegmentasi.

Terdapat norma sosial yang berlaku dan memiliki pengaruh yang kuat dalam penentuan tindakan individu. Melalui interaksi sosial, terjadi pertukaran makna yang melibatkan persetujuan dan penolakan, kesepakatan dan inovasi serta komunikasi dan negosiasi, Malcolm (dalam Sara & Haryono, 2013). Hasil dari indentifikasi ini dapat berupa kesamaan dan diferensiasi. Diferensiasi merupakan pembeda antara diri seseorang dengan orang lain. Menurut Mead (dalam Sara & Haryono, 2013) individu dapat berkomunikasi pada dirinya dengan menggunakan simbol-simbol yang bermakna melalui proses interaksi. Kemudian individu akan memilih stimulus mana yang akan ditanggapi oleh dirinya.

Pada mulanya setiap orang memiliki konsep diri yang berbeda terkait tentang dirinya. West & Turner (dalam Shintaviana & Yudarwati, 2014) mengatakan bahwa konsep diri yang terdapat di dalam individu akan mendorong seseorang untuk bertingkah laku sehingga sangat penting untuk mengetahui konsep diri individu dalam sebuah organisasi. Konsep diri dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap

keberlangsungan sebuah organisasi. Konsep diri pada individu inilah yang membentuk sebuah identitas yang disebut identitas diri. Identitas diri merupakan suatu kekhasan atau keunikan yang dimiliki oleh individu yang membedakan dirinya dengan orang lain, dimana orang lain dapat melihat dirinya berbeda dengan lainnya. Identitas diri menjadi ciri utama seseorang dalam pembentukan kepribadian. Tentunya di dalam sebuah organisasi terdapat identitas diri yang berbeda-beda, pengalaman yang berbeda membentuk cara pandang yang berbeda, tetapi dalam sebuah kelompok individu dituntut memiliki kesamaan cara pandang agar perilaku yang dihasilkan sesuai dengan perilaku yang diharapkan kelompoknya. Dalam sebuah kelompok identitas diri yang dimiliki oleh individu dileburkan agar terciptanya identitas kelompok. Meleburnya identitas diri menjadi identitas kelompok sering disebut sebagai deindividuasi.

Deindividuasi memungkinkan pudarnya identitas personal anggota kelompok, identitas diri atau keyakinan yang dimiliki oleh individu akan tenggelam oleh nilai dan norma yang berlaku di dalam kelompok (Putri, 2013). Oleh karena itu akan terjadi peleburan identitas diri saat seseorang berada di dalam organisasinya, hal ini terjadi karena adanya keinginan untuk mencapai tujuan yang sama antar anggota organisasi.

Konsep identitas mengacu pada struktur keanggotaan dari sebuah kelompok, seperti adanya peranan sosial, kategorisasi maupun ciri yang dapat membedakan seorang individu di dalam sebuah kelompok tertentu, identitas merupakan hal yang fundamental pada setiap interaksi sosial yang menentukan bentuk interaksi sosialnya,

setiap individu memerlukan identitas untuk memberinya *sence of belonging* dan eksistensi sosial, Lan (dalam Eriyanti, 2006). Orang yang memiliki kesamaan identitas akan memiliki persamaan dalam kebudayaan, kepercayaan, bahasa, sosial maupun politik, maka di dalamnya akan terbentuk kesadaran dan perasaan saling memiliki satu sama lain. Secara umum konsep identitas mengacu pada diri, yaitu menjelaskan apa dan siapa seseorang itu. Seperti yang dikemukakan oleh Hogg & Abraham (dalam Eriyanti, 2006) identitas merupakan konsep seseorang terkait siapakah mereka, dari jenis apakah mereka dan bagaimana mereka berinteraksi dengan yang lainnya. Identitas mengacu pada dimana individu dan individu lainnya maupun individu terhadap kelompok berhubungan sosial. Suatu identitas akan muncul dalam sebuah pemenuhan kebutuhan, dengan adanya identitas akan menumbuhkan suatu struktur sosial tertentu yang memang diinginkan oleh beberapa orang. Perilaku yang sama dalam sebuah kelompok tersebut dapat membentuk *social identity*.

Social identity akan selalu menjadi penanda perbedaan individu satu dengan individu lain dalam sebuah lingkungan sosial, identitas individu yang tampil dalam setiap interaksi sosial disebut sebagai identitas sosial (*social identity*), yaitu bagian dari konsep diri yang dimiliki oleh individu yang terbentuk dari adanya kesadaran individu sebagai anggota kelompok sosial tertentu, dimana di dalamnya terdapat nilai-nilai emosi yang melekat pada diri individu sebagai anggota kelompok tersebut Taylor & Moghaddam (dalam Eriyanti, 2006). Perbedaan yang dimiliki oleh kelompok disebut dengan identitas sosial (*social identity*). *Social identity* merupakan

cara individu mendefinisikan dirinya sebagai bagian dari keanggotaan kelompok tertentu yang memiliki ciri khas, yang menentukan kecenderungan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu sesuai dengan nilai dan norma sosial yang disepakati dalam kelompoknya (*in-group*).

Unsur di dalam kelompok memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjelaskan adanya konsep identitas sosial (*social identity*), dimana kelompok menjadi tempat untuk membangun pola kognitif, perasaan dan perilaku para anggotanya, tidak hanya itu kelompok juga dianggap sebagai kumpulan dari orang yang memiliki kesamaan dalam *social identity* dan adanya persaingan dengan orang lain (*out-group*) untuk pencapaian suatu tujuan yang positif, Hogg (dalam Huda, 2014).

Menurut Wendt (dalam Eriyanti, 2006) *social identity* adalah skema kognitif yang memungkinkan seseorang untuk menentukan siapakah dirinya dalam suatu situasi dan posisi struktur pemahaman sosial dan ekspektasi bersama. Pada dasarnya setiap individu ingin memiliki *social identity* yang positif. *Social identity* yang positif dicapai oleh anggota kelompok yang positif, yang berkaitan dengan adanya peningkatan harga diri kelompok, setiap kelompok memiliki pencapaian *social identity* yang berbeda-beda, Abraham & Hogg (dalam Scheepers, 2009). Hal tersebut dikarenakan *social identity* dianggap sebagai tempat yang menyediakan adanya dukungan sosial maupun rasa memiliki individu di dalam kelompok yang diikuti, *social identity* juga mendasari adanya nilai-nilai kolektif yang menjadi sumber motivasi bagi individu (Meganingrum & Fauziah, 2017). *Social identity* merupakan

sebuah ketertarikan, baik adanya afeksi, dan rasa bangga yang berasal dari diri individu dalam berbagai kategori keanggotaan sosial dari kelompok yang diikutinya (*in-group*). Dengan kata lain *social identity* menjadi konsep diri individu yang berasal dari pengetahuan selama berada di dalam kelompok sosial tertentu dengan adanya internalisasi nilai-nilai, emosi, partisipasi, kepedulian dan kebanggaan sebagai anggota kelompok terhadap kelompoknya (Hogg & Abraham dalam Huda, 2014).

Individu akan dapat menyesuaikan diri dengan perilaku kelompok yang diikutinya apabila individu tersebut menganggap kelompok yang diikutinya itu benar, dan apabila ingin disukai oleh anggota kelompoknya maka individu tersebut harus setia dan patuh pada aturan kelompok, Martin & Hewstone (dalam Utami & Silalahi, 2013). Dari perspektif *social identity* komitmen kelompok merupakan penentu dari identitas pusat suatu permasalahan kelompok. Menurut Ellemers dkk, (1999) kunci dari *social identity* adalah bagaimana seseorang mengidentifikasikan dirinya dengan kelompok tertentu, yang memungkinkan kecenderungan seseorang berperilaku dalam kelompoknya, dalam hal ini identitas sosial (*social identity*) merujuk pada perasaan komitmen yang efektif terhadap kelompoknya yang berupa adanya komponen emosional dan kognitif. Faktanya adalah jika identitas individu sebagai anggota kelompok yang berbeda sangat penting, maka individu tersebut akan menunjukkan keterlibatannya secara emosional sekaligus mengakui keterlibatannya dalam kelompok tersebut. Individu yang menunjukkan bahwa dirinya telah aktif terlibat dalam keanggotaan suatu kelompok tertentu maka individu tersebut akan menunjukkan perilaku yang sesuai dengan keanggotaan kelompok mereka ikuti, Cioffi & Garner

(dalam Ellemers, 1999). Hal yang sama dikemukakan oleh Sim dkk (2014) Sim menjelaskan bahwa *social identity* yang tinggi pada diri individu akan cenderung memengaruhi konsep diri terhadap kelompoknya.

Social identity dapat memperlihatkan pandangan seseorang terkait karakter dari kepribadian mereka, karena keanggotaan dalam kelompok dapat mengakibatkan adanya bias dalam mempersepsi seseorang, bahkan tanpa harus adanya konflik atau persaingan antar kelompok untuk melihat bias tersebut Otten & Ventuna (dalam Hackel 2014). *Social identity* berdampak pada cara pengambilan keputusan individu dan rasa kemanusiaan terhadap individu lain di dalam kelompoknya. Dalam hal ini berupa rasa empati, individu akan merasakan lebih empati pada anggota kelompoknya (*in-group*) dibandingkan dengan anggota kelompok yang lain (*out-group*), *social identity* dapat mengarah pada prasangka antar kelompok terlebih lagi ketika individu mengidentifikasi dirinya dalam sebuah kelompok akan memunculkan prasangka persepsi sosial yang baru Haslam (dalam Hackel dkk, 2014).

Prasangka yang terjadi antar kelompok akan memunculkan sikap pada individu anggota kelompok (*in-group*) bahwa kelompoknya lebih unggul dibandingkan dengan kelompok yang lain (*out-group*). Menurut Hafizudin & Indrawati, (2016) *social identity* merupakan fokus individu dalam mempersepsikan dan menggolongkan dirinya ke dalam kelompok (*in-group*), yang tiap anggotanya memiliki kriteria tersendiri berdasarkan identitas personal dan sosialnya. Ketika individu tergabung dalam sebuah kelompok maka kelompok tersebut menjadi lebih

kuat (*superior*) dibandingkan dengan kelompok lainnya (*out-group*). Myers (dalam Meganingrum & Fauziah, 2017) mengungkapkan bahwa *social identity* menyebabkan individu menyesuaikan dirinya dengan norma yang dianut oleh kelompoknya, semakin penting *social identity* maka akan semakin besar pula kemungkinan individu untuk mengikuti dan menyesuaikan diri dengan kelompoknya. Sementara itu keberadaan dari *social identity* menandakan adanya usaha untuk meningkatkan harga diri dari individu secara positif, yaitu adanya identifikasi terhadap dirinya ke dalam sebuah kelompok, jika harga diri individu mulai terancam maka individu tersebut akan berusaha untuk membandingkan kelompoknya (*in-group*) dengan kelompok lain (*out-group*), (Sarifah, 2016). Jadi dalam proses pembentukan *social identity* didasarkan atas dasar penempatan diri individu sebagai objek yang dikategorisasikan dan individu juga akan membandingkan kelompoknya (*in-group*) dengan kelompok lain (*out-group*), Firdaus dkk (2016).

Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reichar & Levine (dalam Rengganis, 2016) menyatakan bahwa manipulasi identitas mempengaruhi sebuah arti penting yang relatif dari identitas pribadi atau sosial karena adanya kontrol dalam perilaku. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam hal manipulasi identitas yang tidak hanya mempengaruhi arti penting *social identity*, tetapi dalam konteks komunikasi yang berupa strategi *social identity*. Penelitian lain terkait *social identity* yang dikemukakan oleh Sarifah (2016) terkait tentang hubungan identitas sosial dengan prasangka pada prajurit TNI AD terhadap anggota kepolisian adalah adanya hubungan yang positif antara identitas sosial dengan prasangka pada prajurit TNI AD

terhadap anggota kepolisian, semakin tinggi identitas sosial prajurit TNI AD maka semakin tinggi pula kecenderungan prasangka terhadap anggota kepolisian.

Hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti pada bulan April 2018 kepada subjek penelitian diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1.1
Hasil Rangkuman Jawaban Responden.

Rating	Frekuensi	%	Keterangan
$X \geq 30$	19	63 %	Etnosentrisme Tinggi
$20 \leq X < 30$	7	23 %	Etnosentrisme Sedang
$X < 20$	4	14 %	Etnosentrisme Rendah
Jumlah		100 %	

Dari bagan di atas dapat dijelaskan hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti memperoleh hasil bahwa sikap etnosentrisme yang terjadi pada anggota UKM berada pada kategori tinggi dengan presentase sebesar 63%, dan memperoleh jumlah frekuensi sebanyak 19 mahasiswa. Sementara itu sikap etnosentrisme pada kategori sedang memperoleh hasil sebesar 23% dengan frekuensi jumlah mahasiswa sebanyak 7 orang, dan sikap etnosentrisme pada kategori rendah diperoleh hasil sebesar 14% dengan jumlah frekuensi sebanyak 4 orang mahasiswa. Hasil perolehan nilai di atas dapat dilihat berdasarkan pernyataan yang diberikan kepada subjek yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai responden yang berupa pernyataan-pernyataan dengan pilihan jawaban yang telah disediakan. Berikut lampiran pernyataan yang diberikan kepada responden:

Tabel 1.2
Skala Studi Pendahuluan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya selalu berpikir positif tentang kelompok UKM yang saya ikuti					
2.	Saya rasa kelompok UKM yang saya ikuti patut dibanggakan					
3.	Saya merasa kurang menghargai kelompok UKM yang saya ikuti					
4.	Saya lebih suka mengatakan kepada orang lain bahwa saya bukan termasuk anggota dari kelompok UKM yang saya ikuti					
5.	Saya memperlihatkan bahwa saya termasuk anggota dari kelompok UKM yang saya ikuti kepada orang lain					
6.	Saya seperti anggota kelompok UKM lain di dalam kelompok UKM saya					
7.	Saya akan mendahulukan kelompok UKM saya dibandingkan kelompok UKM lainnya					
8.	Saya senang bekerja dengan anggota kelompok UKM saya					
9.	Saya merasa kelompok UKM saya lebih unggul dibandingkan kelompok UKM yang lainnya					
10.	Bagi saya kelompok UKM yang saya ikuti sangat penting					

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan dari teori *social identity* yang dikembangkan oleh Tajfel dan etnosentrisme yang dikembangkan oleh Sumner, dengan jumlah responden sebanyak 30 yang terdiri atas tiga UKM yaitu Padus, Pramuka, Menwa yang masing-masing UKM terdapat 10 orang sebagai perwakilan sampel responden dapat disimpulkan bahwa keberpihakan seseorang dalam sebuah kelompok adalah adanya peleburan atas identitas diri yang dimilikinya sehingga individu di dalam kelompok tersebut merasa bangga terhadap

kelompoknya dan menganggap kelompok yang diikutinya (*in-group*) lebih unggul atau *superior* dibandingkan dengan kelompok lain (*out-group*). Hal ini selaras dengan adanya sikap etnosentrisme yang terjadi ketika individu di dalam kelompoknya (*in-group*). Munculnya sikap etnosentrisme dalam kelompok memberikan hubungan yang positif terkait *social identity*.

Sebagian besar responden lebih mementingkan kepentingan kelompoknya di atas kepentingan yang lain. Analisis jawaban didapat dari pemberian pertanyaan berupa skala dan angket terbuka, pemberian dua jenis tipe tes ini dilakukan untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal terkait hubungan *social identity* dengan etnosentrisme terhadap responden penelitian. Skala memberikan batasan terkait variabel yang diteliti sedangkan angket terbuka memberikan keleluasaan dalam menyampaikan makna atau *value* terkait pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Dalam studi pendahuluan peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa orang yang memiliki peran penting dari anggota kelompok UKM yang menjadi responden penelitian untuk mengetahui seberapa jauh kelekatan yang terjadi antar anggota kelompok yang membentuk suatu *social identity* sehingga memunculkan sikap etnosentrisme dari anggota kelompok tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa pembentukan konsep diri yang dimiliki oleh individu membentuk suatu identitas diri, identitas diri merupakan ciri khas yang dimiliki oleh individu dan berbeda dengan yang lainnya, dalam pembentukan identitas diri seseorang tidak terlepas dari adanya interaksi sosial, interaksi sosial dibutuhkan untuk membangun

sebuah komunikasi yang positif antar individu dalam masyarakat. Tidak hanya itu, interaksi sosial memunculkan adanya minat atau ketertarikan yang sama antar individu sehingga memungkinkan terbentuknya suatu kelompok yang terorganisir atau sering disebut sebagai organisasi.

Organisasi memiliki sistem yang struktural dan terarah. Individu yang tergabung di dalam organisasi memiliki visi dan misi yang sama untuk mencapai sebuah tujuan, hal ini yang membuat individu harus melebur dirinya di dalam kelompok (*in-group*) sesuai dengan nilai dan norma yang dianut oleh kelompok agar tercapai tujuan secara bersama. Meleburnya identitas diri yang di miliki oleh masing-masing individu ini disebut sebagai *social identity*, dimana individu secara sadar menganggap dirinya sebagai bagian dari anggota kelompok yang diikuti baik secara emosional maupun secara kognisi. *Social identity* membentuk adanya rasa bahwa kelompok yang diikutinya lebih bermakna dari yang lainnya, hal ini yang menimbulkan adanya sikap etnosentrisme oleh setiap anggota kelompok. Sikap etnosentrisme ini merujuk pada *stereotype* bahwa kelompoknya lebih unggul atau *superior* dibandingkan dengan kelompok lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang yang terjadi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait permasalahan yang ada. Yaitu permasalahan yang terjadi pada kelompok terkait sikap etnosentrisme pada unit kegiatan mahasiswa (UKM) yang terdapat di kampus Universitas Negeri Semarang. Hal ini dikarenakan dalam setiap kelompok organisasi memiliki identitas kelompok atau yang disebut *social identity* yang dianggap lebih baik dibandingkan dengan kelompok lain. Permasalahan

yang diangkat oleh peneliti yaitu terkait hubungan *social identity* dan etnosentrisme pada anggota UKM.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan antara *social identity* dengan etnosentrisme pada anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang.
2. Bagaimana gambaran etnosentrisme yang terjadi pada anggota UKM di Universitas Negeri Semarang.
3. Bagaimana gambaran *social identity* yang terjadi pada anggota UKM di Universitas Negeri Semarang.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui hubungan antara *social identity* dengan etnosentrisme anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang.
2. Untuk mengetahui bagaimana gambaran etnosentrisme pada anggota UKM di Universitas Negeri Semarang.
3. Untuk mengetahui gambaran *social identity* yang terjadi pada anggota UKM di Universitas Negeri Semarang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun manfaat praktis, diantaranya sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis yaitu untuk memberikan sumbangan ilmu dalam kajian ilmu psikologi sosial mengenai *social identity* dan etnosentrisme yang terjadi di dalam kelompok UKM.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sedangkan manfaat secara praktisnya adalah dapat memberikan kontribusi kepada berbagai pihak. Diantaranya memberikan manfaat kepada organisasi-organisasi khususnya UKM sebagai media informasi mengenai *social identity* dan etnosentrisme.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Etnosentrisme

2.1.1 Pengertian Etnosentrisme

King (2014:213) menyatakan etnosentrisme merupakan kecenderungan seseorang untuk mendukung kelompok etnisnya sendiri dari pada kelompok lain. Etnosentrisme memiliki arti tidak hanya sekedar memiliki kebanggaan pada kelompoknya sendiri, tetapi juga melibatkan pernyataan *superioritas* kelompok atas kelompok lainnya. sikap etnosentrisme merupakan sikap emosional sekelompok etnik, suku bangsa, agama atau golongan yang merasa etniknya *superior* dari pada etnik lain (Liliweri, 2005:14-15). Menurut Sarwono & Meinarno (2015:250) etnosentrisme merupakan cara individu memandang lingkungan sekitar, dimana individu tersebut menjadikan kelompoknya sebagai pusat dari segala hal, sehingga berbagai hal lain mengacu pada kelompoknya. Pada individu yang memiliki sikap etnosentris (menurut Sumner) atau memiliki *authoritarian personality* (menurut Adorno), beranggapan bahwa kelompok lain (*out-group*) dipersepsikan sebagai kelompok yang mencari kekuasaan dan mengancam, serta *survival* dari kelompoknya (*in-group*) Sarwono & Meinarno (2015:250-251). Tavis (2007:311) menyebutkan etnosentrisme sebagai kepercayaan bahwa kebudayaan, bangsa, dan agamanya lebih hebat atau *superior* dibandingkan dengan kebudayaan yang lain. Menurut Sumner

(dalam Ramadhania, 2013) mendefinisikan etnosentrisme sebagai suatu pandangan bahwa:

hal-hal yang berasal dari suatu kelompok merupakan pusat segala sesuatu, dan semua yang lain diukur dan dinilai dari referensi kelompoknya, setiap kelompok membangun kesombongan dan kebanggaan diri, membanggakan kelompoknya (*in-group*) paling unggul, meninggikan diri sendiri dan meremehkan kelompok luar (*out-group*).

Sementara itu Taylor dkk, (2012:213) mengartikan etnosentrisme adalah keyakinan bahwa kelompok yang diikutinya (*in-group*) lebih unggul dibandingkan kelompok lain (*out-group*), hal ini sangat berpengaruh terhadap hasil penilaian terhadap kelompok lain (*out-group*) dengan kelompoknya (*in-group*). Suroyya dkk (2014) memaparkan bahwa etnosentrisme adalah cara penilaian sebuah etnis atau kelompok terhadap kebudayaan kelompok lain dengan menggunakan standar penilaian kebudayaan dari kelompoknya sendiri. Menurut Hammond dan Axelrod (dalam Suroyya dkk, 2014) menjelaskan bahwa etnosentrisme merupakan suatu hal yang sangat umum terjadi, berupa sikap dan perilaku diskriminatif, yaitu sikap yang menganggap kelompoknya kuat (*superior*) dan menganggap bahwa kelompok lain lebih lemah (*inferior*).

Patta (2014) mengartikan etnosentrisme sebagai suatu pandangan subjektif dari kelompoknya yang menilai bahwa budaya sendiri paling unggul atau *superior* dibanding budaya orang lain, kebudayaan kelompoknya ditempatkan sebagai pusat atau tolak ukur berupa orientasi dan standar untuk mengukur budaya-budaya dari kelompok lain. Hardani & Windiarti (2016) menyatakan bahwa etnosentrisme merupakan sikap atau pandangan diri suatu kelompok yang menganggap bahwa

kelompoknya paling baik dibandingkan dengan kelompok lain, hal ini juga didukung oleh Wortzel dan Wortzel (dalam Hall & Gudykunst, 1989) yang menyatakan bahwa etnosentrisme merupakan keyakinan terhadap nilai-nilai dan sikap yang dimiliki seseorang yang menganggap budayanya (*in-group*) lebih unggul dibandingkan budaya yang lain (*out-group*). Sementara itu Hall & Gudykunst (1989) menggambarkan etnosentrisme sebagai bagian dari pengkondisian budaya individu, dan seperti budayanya sendiri yang dipelajari dari tingkat sadar.

Pendapat lain yang disampaikan oleh Levinson (dalam Young dkk, 2017) tentang definisi etnosentrisme, Levinson menjelaskan bahwa etnosentrisme yaitu:

adanya perbedaan (*in-group*) dan (*out-group*), yang melibatkan stereotip, citra negatif dan sikap bermusuhan terhadap kelompok luar (*out-group*), citra positif dan sikap tunduk pada kelompoknya (*in-group*), dan pandangan hierarkis otoriter tentang interaksi kelompok dimana (*in-group*) lebih dominan dan (*out-group*) lebih rendah.

Stagner (1977) memaparkan etnosentrisme merupakan suatu bentuk di luar jenis egosentrisme yang sederhana, yang dimiliki oleh individu di dalam sebuah kelompok, yang membatasi secara jelas kesadaran sosial antar individu. Harino dkk (2017) mendefinisikan etnosentrisme adalah kecenderungan untuk berfikir bahwa budaya etniknya lebih unggul dibanding dengan budaya etnik lain. Matsumo (dalam Agustin & Yoserizal, 2013) mengatakan bahwa etnosentrisme adalah kebiasaan setiap kelompok untuk menganggap kebudayaan kelompoknya sebagai kebudayaan yang paling baik atau benar, etnosentrisme adalah suatu tanggapan yang umum terjadi yang ditemukan dalam seluruh masyarakat dalam semua kelompok, etnosentrisme membuat kebudayaan kelompok yang diikuti sebagai landasan untuk mengukur baik

buruk, tinggi rendah dan benar salahnya kebudayaan lain dalam proporsi kemiripan dengan sebagian besar kebudayaan kelompok kita meskipun tidak semuanya.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai pengertian etnosentrisme dapat disimpulkan bahwa etnosentrisme merupakan sikap yang dimiliki oleh individu yang menganggap kelompoknya lebih unggul dibandingkan dengan kelompok lain, baik berupa nilai-nilai, norma sosial, maupun budaya kelompoknya. Etnosentrisme melahirkan sinisme yang mengakibatkan terjadinya sebuah permusuhan antarkelompok. Etnosentrisme memiliki sudut pandang yang subjektif dari kelompoknya (*in-group*) terhadap kelompok lain (*out-group*), etnosentrisme termasuk ke dalam sikap diskriminatif. Hal ini dikarenakan segala sesuatu diukur berdasarkan sudut pandang kelompoknya sebagai perbandingan dengan kelompok lain.

2.1.2 Dimensi-dimensi Etnosentrisme

Menurut Bizumic dkk (2009) terdapat enam dimensi dalam etnosentrisme yaitu, sebagai berikut:

1. Preferensi

Berry & Kalin dkk (dalam Bizumic, 2009) menyatakan bahwa etnosentrisme melibatkan preferensi adalah kecenderungan untuk mendukung atau menyukai kelompok etnisnya sendiri dan anggotanya atas orang lain. Preferensi sebagai suatu ekspresi kelompok yang mementingkan diri sendiri melihat bahwa *in-group* lebih penting untuk dirinya dari pada *out-group*, tetapi tidak selalu unggul dari kelompok luar.

2. Superioritas

Etnosentrisme paling banyak didefinisikan sebagai keyakinan bahwa kelompok etnis sendiri lebih baik atau lebih unggul dari pada kelompok yang lain, hal ini merupakan bentuk penilaian diri atau hiperevaluasi, Adorno dkk (dalam Bizumiz, 2009). Kadang-kadang etnosentrisme dapat dikombinasikan dengan rasisme, yakni kepercayaan bahwa seorang individu dapat diklasifikasikan ke dalam kelompok rasial yang berbeda dimana disusun atas kelas-kelas berdasarkan ras biologis. Akibatnya, seseorang dapat menolak perbedaan budaya dengan langsung mengasumsikan bahwa kelompok etnik atau ras lain lebih *inferior* Liliweri (2005:15-16).

3. Kemurnian

Sumner dkk (dalam Bizumic, 2009) menegaskan bahwa etnosentrisme bertugas untuk menjaga kemurnian atau penolakan. Pendapat lain juga disampaikan oleh Berry & Kalin (dalam Bizumic, 2009) mereka berasumsi bahwa penolakan terhadap kelompok luar adalah bagian dari etnosentrisme. Kelompok yang berpusat pada diri sendiri (*in-group*) dalam aspek ini dinyatakan dalam arti bahwa seseorang harus mengasosiasikan terutama atau bahkan secara eksklusif dengan anggota *in-group*, sedangkan anggota kelompok luar harus dijaga pada jarak atau bahkan benar-benar dijauhi. Liliweri (2005:16) menggambarkan etnosentrisme sebagai sikap yang muncul dari setiap individu atas nama kelompok yang mengatakan “kelompok saya atau komunitas dan masyarakat saya lebih unggul dibandingkan kelompok lain”. Hal ini terjadi karena individu yang tergabung dalam kelompok menjadikan kebudayaannya sebagai standar untuk menentukan kebudayaan kelompok lain.

4. Pengeksploitasian

Menurut Adorno (dalam Bizumic, 2009) menyatakan bahwa *exploitativeness* dapat dilihat sebagai keyakinan bahwa kepentingan kelompok etnis sendiri adalah yang paling penting. Liliweri (2005:16) menunjukkan ketidakmampuan (*in-group*) untuk mengapresiasi kebudayaan orang lain, kebudayaan etik dan ras lain, agama, moralitas, sistem politik, bahasa, sistem ekonomi dan lainnya. Gambaran ini menunjukkan bahwa sebenarnya kita tidak mampu berhadapan dengan manusia dan kemanusiaan dalam kondisi yang berbeda antar kelompok. Liliweri (2005:16) mengungkapkan bahwa keyakinan yang melekat pada kebudayaan *in-group* berakibat pada keyakinan bahwa kebudayaan kelompoknya adalah kebudayaan yang paling hebat, individu merasa bahwa kelompok politik dan agama yang diikuti jauh lebih hebat dari pada kelompok politik maupun agama orang lain (*out-group*).

5. Kohesi

Sumner (dalam Bizumic, 2009) secara eksplisit menambahkan aspek kohesi sebagai aspek etnosentrisme, Kohesivitas adalah bagaimana anggota kelompok saling menyukai, menghargai satu dengan yang lainnya. Hal ini melibatkan keyakinan bahwa kelompok etnis sendiri harus terintegrasi, kooperatif dan bersatu. Mengingat bahwa kepentingan kelompoknya (*in-group*) dipandang lebih penting dari pada anggota individu di dalam kelompok, kebutuhan kelompok lebih penting dari pada anggota individu. Dengan demikian, anggota *in-group* harus menolak individualitas demi kesatuan kelompok. Liliweri (2005:16) mengatakan bahwa kecenderungan

sekelompok etnik untuk menjadikan norma mereka sebagai aturan yang dominan dan mengesampingkan norma kelompok lain.

6. Kesetiaan

Sumner (dalam Bizumic, 2009) juga secara eksplisit memasukkan aspek dari kesetiaan, *American Psychological Association* menyatakan bahwa definisi etnosentrisme merupakan kecenderungan secara berlebihan untuk mengidentifikasi dirinya dengan kelompok etnis mereka sendiri. Oleh karena itu, etnosentrisme melibatkan kesetiaan, dimana kesetiaan merupakan dedikasi terhadap kelompok minat dan kelompok etnis mereka sendiri. Dan bahkan kesiapannya untuk berkorban dalam *in-group* yang berasal dari individu di dalam kelompok terhadap anggotanya.

Berdasarkan penjelasan tentang dimensi dari etnosentrisme dapat disimpulkan bahwa terdapat enam dimensi etnosentrisme menurut Bizumic dkk (2009) diantaranya *preferensi* (prioritas), *superioritas* (penguasaan), kemurnian, *exploitativeness* (pengeksploitasian), kohesi (hubungan yang erat) dan *devotion* (kesetiaan).

2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Etnosentrisme

Berry dkk (dalam Suprawanti, 2011) menyebutkan terdapat tiga faktor dalam pembentukan etnosentrisme, yaitu:

1. Pewarisan dan perkembangan budaya

Dengan pewarisan budaya suatu etnis dapat mewariskan ciri-ciri perilaku kepada generasi selanjutnya melalui mekanisme belajar dan mengajar. Melalui pewarisan umum orang tua mewariskan nilai, keterampilan, keyakinan dan

sebagainya. Pengaruh ini dapat membentuk dan mengarahkan individu menjadi seseorang yang piawai dalam budayanya mencakup bahasa, ritual, nilai-nilai dan lainnya. Hal ini merupakan proses dari mekanisme belajar dan mengajar dimana anak-anak akan diajarkan keluarga dan lingkungannya tentang keyakinan-keyakinan yang dipahami dalam kebudayaannya sehingga mereka baik secara langsung maupun tidak langsung dapat belajar tentang nilai dan norma dalam lingkungan mereka.

2. Perilaku sosial

Perilaku sosial juga dapat diartikan sebagai aktivitas fisik dan psikis seseorang terhadap orang lain atau sebaliknya dalam rangka memenuhi diri atau orang lain yang sesuai dengan tuntutan sosial dalam bermasyarakat. Perilaku tersebut berupa perasaan, tindakan, sikap, keyakinan, kenangan, atau rasa hormat terhadap orang lain. Menurut Hurlock (dalam Nisrima dkk, 2016) perilaku sosial adalah aktifitas fisik dan psikis seseorang terhadap orang lain atau sebaliknya dalam rangka memenuhi diri atau orang lain yang sesuai dengan tuntutan sosial. Sementara itu Ibrahim (dalam Nisrima dkk, 2016) mengatakan bahwa Perilaku sosial adalah suasana saling ketergantungan yang merupakan keharusan untuk menjamin keberadaan manusia, artinya bahwa kelangsungan hidup manusia berlangsung dalam suasana saling mendukung dalam kebersamaan. Perilaku sosial terjadi karena adanya interaksi. Interaksi sosial dapat berupa merubah perilaku individu yang kemudian berdampak pada perubahan terhadap masyarakat. Perilaku sosial ditampilkan dari masing-masing budaya berbeda, hal ini bervariasi dari sebuah kebudayaan dan menjadi contoh pengaruh pemindahan budaya pada perilaku sosial. Kebudayaan yang bervariasi secara luas dari

satu tempat ketempat lain memiliki sistem sosial yang berbeda pula, individu menempati posisi yang memungkinkan dirinya berperilaku tertentu sesuai yang diharapkan, yang kemudian disebut sebagai peran. Setiap pemegang peran merupakan objek sanksi-sanksi yang mengandung pengaruh sosial untuk berperilaku berdasarkan norma sosial.

3. Kepribadian

Menurut Allport (dalam Kuntjoyo, 2009:41) kepribadian adalah organisasi dinamis dalam individu sebagai sistem psikofisis yang menentukan cara yang khas dalam menyesuaikan diri terhadap lingkungan. Sementara itu Krech dan Crutchfield (dalam Kuntjoyo, 2009:41) mendefinisikan kepribadian sebagai integrasi dari semua karakteristik individu ke dalam satu kesatuan yang unik yang menentukan, dan kemudian dimodifikasi oleh usaha-usahanya dalam menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang berubah terus-menerus. Alwisol, (2009:2) berpendapat bahwa kepribadian adalah bagian dari jiwa yang membangun keberadaan manusia menjadi satu kesatuan tidak terpecah belah dalam fungsinya. Suryabrata (2014:162) menyebutkan tentang tipe kepribadian terkait *introvert* dan *ekstrovert*. Individu dengan tipe *introvert* lebih menutup diri, tidak mudah bergabung dengan orang lain, kurang dapat berinteraksi dengan orang di luar yang berbeda dengan dirinya dan kurang nyaman bila bersama dengan orang lain. Sementara itu individu dengan tipe *ekstrovert* lebih dapat membuka diri dan dapat berinteraksi dengan lingkungan sosial baik di dalam maupun di luar lingkungan pribadinya.

Ketiga faktor di atas merupakan faktor yang mempengaruhi pembentukan etnosentrisme. Etnosentrisme terbentuk melalui beberapa proses dimana individu melakukan komunikasi secara efektif dengan individu lainnya. Komunikasi merupakan media bagi individu untuk menyampaikan informasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi antar individu atau individu dengan kelompok disebut sebagai komunikasi sosial. Komunikasi sosial terbentuk melalui proses interaksi. Interaksi merupakan hubungan timbal balik atau hubungan yang saling mempengaruhi antar individu dengan individu lainnya atau individu dengan kelompok. Dalam proses berinteraksi terdapat perilaku sosial, perilaku sosial adalah bagaimana individu menampilkan dirinya di dalam masyarakat. Perilaku sosial merupakan cerminan dan pembentukan lingkungan baik lingkungan keluarga maupun lingkungan sosial lainnya. Perilaku sosial dapat ditunjukkan melalui perasaan, tindakan, sikap dan keyakinan terhadap orang lain. Adanya perasaan dan sikap yang sama antar individu ini membentuk sebuah tujuan bersama yang kemudian akan di munculkan dalam bentuk tindakan. Persamaan tujuan yang dimiliki oleh individu satu dengan individu yang lain akan membentuk suatu sistem untuk menjalankan sebuah fungsi tertentu dalam sebuah kelompok. Kelompok sosial terdiri atas individu yang masing-masing individu memiliki sikap atau pandangan dan kemampuan, kepribadian yang khas yang kemudian dilebur di dalam kelompok sosialnya (*in-group*). Kemampuan yang dimiliki oleh kelompok merupakan ciri atau pembeda antara kelompok satu dengan kelompok yang lainnya.

2.2 Social Identity

2.2.1 Pengertian Social Identity

Tajfel (1982:24) mendefinisikan *social identity* sebagai konsep diri (bagian dari individu) yang berasal dari pengetahuan individu tentang keanggotaan dalam suatu kelompok sosial atau bersama dengan nilai dan signifikansi emosional dari keanggotaan kelompok tertentu. Teori *social identity* dipopulerkan oleh Henry Tajfel, menurut teori *social identity* perilaku kelompok terjadi karena adanya dua proses penting, yaitu proses kognitif dan proses motivasi Sarwono & Meinarno (2015:253). Deaux (dalam King, 2014:212) menjelaskan bahwa *social identity* merujuk pada cara kita mendefinisikan diri kita dalam kaitannya dengan keanggotaan kita dalam kelompok. Turner (dalam Samovar dkk, 2010:185) berpendapat bahwa *social identity* merupakan perwakilan dari kelompok dimana anda bergabung, seperti ras, etnisitas, pekerjaan, umur, kampung halaman dan lain-lain. Pada dasarnya *social identity* merupakan perilaku yang selalu muncul di dalam sebuah kelompok, *social identity* juga merupakan produk dari perbedaan antara menjadi anggota dari kelompok sosial tertentu dan bukan menjadi anggota kelompok sosial yang lainnya. Taylor dkk 2012:230 berpendapat bahwa

social identity adalah bagian dari konsep diri yang berasal dari keanggotaan dalam satu atau lebih kelompok sosial, dan dari evaluasi yang diasosiasikan dengannya

Pendapat lain juga disampaikan oleh Ellemers dkk (1999) mengenai pengertian *social identity* yaitu sejauh mana individu mendefinisikan dirinya dengan

kelompok sosial tertentu yang menentukan kecenderungan mereka berperilaku dalam hal keanggotaan kelompok mereka, terutama digunakan untuk merujuk pada perasaan komitmen yang efektif terhadap kelompok (komponen emosional), dari pada kemungkinan untuk membedakan antara anggota kategori sosial yang berbeda (komponen kognitif).

Brewer (2004) mengatakan bahwa *social identity* merupakan orang-orang yang pada umumnya mengevaluasi anggota *in-group* secara lebih positif, memberi atribut yang lebih positif atas perilaku mereka, lebih menghargai mereka, memperlakukan mereka secara lebih baik, dan menganggap mereka lebih menarik dari pada anggota *out-group*. Hogg dan Abrams (2004) mendefinisikan *social identity* sebagai analisis hubungan antarkelompok antara skala besar kategori sosial, yang bertumpu pada definisi kognitif dan konsep diri dari kelompok sosial dan keanggotaan kelompok. Sedangkan Lyer dkk (dalam Barker, 2016) *social identity theory* menyatakan bahwa manusia bersifat sosial, mereka akan mendefinisikan dirinya sesuai dengan kelompok-kelompok sosial yang mereka miliki. Hogg & Voughan (dalam Fadila, 2013) mendefinisikan *social identity* merupakan bagian dari konsep diri individu yang berasal dari persepsi keanggotaan pada kelompok sosial. Fearon (dalam Afif, 2015:18) berpendapat bahwa *social identity* merupakan kumpulan dari deskripsi-deskripsi (*self descriptions*) yang menampilkan dimensi-dimensi sosial dari identitas itu sendiri, maka individu tersebut merupakan cerminan dari karakteristik kelompok dimana individu bergabung di dalamnya.

Menurut Afif (2015:6) teori *social identity* menitikberatkan pada konteks struktur sosial yang lebih luas sebagai basis bagi proses pembentukan *social identity* dan perilaku antar kelompok. Sementara itu Brown (dalam Afif, 2015:17) mendefinisikan teori *social identity* Brown berasumsi bahwa

individu yang tergabung dalam kelompok senantiasa membutuhkan *self-image* yang positif terlebih lagi ketika dia sedang berhadapan dengan individu-individu dari kelompok lain, *social identity* akan menguat ketika seorang individu mempersepsi kelompoknya lebih baik dibandingkan dengan kelompok-kelompok lain.

Rengganis (2016) menyatakan bahwa *social identity* merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang anggota kelompok atas kelompoknya yang dianggap sesuai dengan identitas yang ada pada dirinya, keberadaan kelompok akan membentuk ikatan emosional antara dirinya dan kelompoknya. Sementara itu King (2014:213) berpendapat bahwa *social identity* merupakan cara kita mendefinisikan diri kita dalam kaitannya keanggotaan kita dalam kelompok. Eriyanti (2006) teori *social identity* menyatakan bahwa orang berfikir, merasakan, dan bertindak sebagai anggota kelompok kolektif, institusi, dan budaya. Pendekatan *social identity* menekankan bahwa kognisi sosial individu ditafsirkan secara sosial tergantung pada kerangka acuan kolektif atau kelompok mereka. Hal ini didukung oleh Baron dan Byrne (2003:163) yang mendefinisikan bahwa *social identity* merupakan definisi seseorang tentang siapa dirinya, termasuk di dalamnya atribut pribadi dan atribut yang dibaginya bersama dengan orang lain, seperti gender dan ras. Padilla dan Perez (2003) teori *social identity* menyatakan bahwa orang berpikir, merasa, dan bertindak sebagai anggota kelompok, institusi dan budaya kolektif. Pendekatan *social identity*

memperkuat gagasan bahwa kognisi sosial individu secara sosial ditafsirkan tergantung pada kelompoknya atau kerangka acuan kolektif.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa *social identity* merupakan bagian dari konsep diri yang dimiliki oleh individu yang berasal dari pemahaman kognitif dan nilai afektif yang melekat pada diri individu, sehingga individu tersebut merasa bahwa dirinya merupakan bagian anggota kelompoknya (*in-group*) yang dianggap memiliki nilai dan norma yang lebih positif dibandingkan dengan kelompok lain (*out-group*).

2.2.2 Dimensi-dimensi *Social Identity*

Jackson dan Smith (dalam Baron & Byrne, 2003:163) membagi empat dimensi dalam mengkonseptualisasikan *social identity*, yaitu:

1. Persepsi dalam konteks antarkelompok

Menurut Walgito (2004:87-88) persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensori. Rakhmat (2011:50) menyatakan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sarwono dan Meinarno (2015:24) berpendapat bahwa persepsi sosial adalah proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi tentang orang lain, persepsi sosial merupakan proses yang berlangsung pada diri kita untuk mengetahui dan mengevaluasi orang lain. Voughan dan Hogg (dalam Sarwono & Meinarno 2015:248) menekankan adanya persepsi dan penghayatan

anggota kelompok bahwa mereka merupakan anggota dari kelompok sosial yang sangat berbeda satu sama lain, implikasinya adalah bahwa tingkah laku anggota kelompok akan dipengaruhi oleh persepsi dan penghayatan tersebut.

Seseorang tetap dapat menampilkan tingkah laku antarkelompok meskipun individu tersebut berada jauh dari kelompok asalnya (*in-group*) dan interaksi yang terjadi dengan kelompok lain juga tidak selalu dilakukan secara tatap muka, hal yang penting adalah perilaku itu ditampilkan karena merasa bahwa dirinya dan kelompok lain berasal dari kelompok yang sangat berbeda. Menurut Sarifah (2016) dengan mengindikasikan dirinya pada sebuah kelompok, maka status dan gengsi yang dimiliki oleh kelompok tersebut akan mempengaruhi persepsi setiap individu di dalamnya. Persepsi tersebut kemudian menuntut individu untuk memberikan penilaian, baik terhadap kelompoknya maupun kelompok lain. Persepsi dalam konteks antar kelompok dapat disimpulkan sebagai hubungan antara *in-group* seseorang dengan *group* perbandingan yang lain.

2. Daya tarik kelompok (*in-group*)

Menurut Brewer dan Brown (dalam Taylor dkk, 2012:230) *In-group* merupakan tindakan mengkategorisasikan atau mengelompokkan orang menjadi kita, sedangkan *out-group* merupakan anggapan bahwa seseorang berbeda dengan kelompok yang kita miliki, menganggap orang sebagai anggota dari *in-group* dan *out-group* menimbulkan tiga konsekuensi penting. Pertama, *in-group favoritism effect* (efek favoritisme dalam kelompok). Orang-orang pada umumnya mengevaluasi anggota *in-group* secara lebih positif, memberi atribut yang lebih positif atas perilaku

mereka, lebih menghargai mereka, memperlakukan mereka secara lebih baik, dan menganggap mereka lebih menarik dari pada anggota *out-group*. Dengan kata lain, setelah seseorang merasa menjadi anggota dari suatu kelompok dia cenderung menyukai anggota sesama kelompok dan sering menjadi tidak suka pada anggota kelompok lain (*out-group*).

Hal ini menimbulkan adanya *minimal intergroup situation* (situasi antarkelompok minimal), dimana seseorang akan selalu berusaha memberi penilaian yang adil terhadap anggota *in-group* dan *out-group*, namun selalu ada bias sistematis untuk lebih mendukung anggota *in-group* yang disebut *group-serving biases* (bias mementingkan kelompok). *Group-serving biases* menyebabkan orang membuat atribusi internal untuk kesuksesan *in-group* dan atribusi eksternal untuk kegagalan *in-group* dan melakukan hal sebaliknya untuk *out-group*.

Kedua cenderung memandang anggota *in-group* memiliki banyak kesamaan dengan diri mereka atau disebut dengan *assumed similarity effect* (efek kemiripan yang diasumsikan). Ketiga, meskipun kita memandang anggota *out-group* sebagai asing dan berbeda dari kita, kita juga cenderung memandang mereka homogen dalam hal sifat, personalitas, dan bahkan jumlah subtipenya “mereka semua sama dan kita berbeda dengan mereka” hal ini dinamakan *out-group homogeneity effect* (efek homogenitas kelompok luar). Kita cenderung memandang anggota *in-group* kita sebagai individu yang lebih kompleks ketimbang anggota *out-group*. Daya tarik *in-group* sering disebut sebagai afek yang ditimbulkan oleh *in-group* seseorang.

3. Keyakinan yang saling terkait

Menurut Sarwono dan Meinarno (2015:218) kemunculan norma kelompok bahwa kelompok tidak mungkin salah dan *superior* secara moral sangat berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan. Keyakinan tersebut akan membentuk diskusi-diskusi pendek, bahkan memunculkan pemahaman bahwa ketika keputusan yang diambil itu sudah benar, maka diskusi sudah tidak penting lagi. Hal ini yang membentuk kelompok menjadi kohesif. Norma *kohesivitas* yang terbentuk menjadi karakteristik kelompok yang merasa tidak terkalahkan atau bersifat *superior*. Kelompok mengasumsikan pandangannya yang memiliki nilai moral, kelompok juga mengabaikan pertentangan dan merasionalisasikan pendapat sendiri. Kelompok memandang lawannya secara stereotip, dan anggota kelompok mengekspresikan keyakinan dan menyetujui apa saja yang dihasilkan oleh kelompok mereka (*in-group*).

Sarifah (2016) menyatakan bahwa *Social identity* merupakan keseluruhan aspek konsep diri seseorang yang berasal dari kelompok sosial mereka atau kategori keanggotaan bersama secara emosional dan hasil evaluasi yang bermakna. Orang-orang sering kali mengubah perilaku mereka ketika mereka di dalam kelompok King (2014:231). Hal ini mengakibatkan adanya pengurangan identitas pribadi dan mengikis perasaan tanggung jawab pribadi yang dapat muncul ketika seseorang menjadi bagian dari kelompok. Penularan sosial merujuk pada perilaku meniru yang melibatkan penyebaran perilaku, emosi dan gagasan. Keyakinan saling terikat dapat

diartikan sebagai norma dan nilai yang menghasilkan tingkah laku anggota kelompok ketika mereka berusaha mencapai tujuan dan berbagai keyakinan yang sama.

4. Depersonalisasi

Dietz dkk (dalam King, 2014:207) mendefinisikan depersonalisasi atau deindividuasi merupakan satu proses yang menjelaskan perilaku individu dalam kelompok yang muncul ketika menjadi bagian dari kelompok, mengurangi identitas pribadi dan mengikis perasaan tanggung jawab pribadi. King (2014:207-208) penjelasan tentang depersonalisasi atau deindividuasi adalah bahwa kelompok membuat kita menjadi anonimitas. Ketika kita menjadi bagian suatu kelompok, kita dapat bertindak dengan bebas karena kita yakin bahwa tidak ada seorangpun yang dapat mengenali kita. Myers dkk (1999:305) kelompok dapat membangkitkan perasaan senang karena dapat membuat sesuatu menjadi lebih besar dari pada diri sendiri.

Depersonalisasi ini terjadi dalam situasi kelompok yang mendorong anonimitas dan menarik perhatian bagi para individu yang tergabung di dalam kelompok tersebut. Hogg dan Tindale (2001:61) menyebutkan bahwa depersonalisasi merupakan kategorisasi persepsi sosial yang mengasimilasikan individu ke dalam *in-group* yang relevan maupun ke dalam *out-group*. Depersonalisasi diartikan sebagai kelompok sosial yang terdiri dari individu-individu yang beraneka ragam dan unik secara pribadi yang kemudian diubah sesuai dengan kriteria kelompoknya karena atas dasar persepsi kelompok yang menentukan kategorisasi dalam keanggotaan. Depersonalisasi mengakibatkan munculnya sikap, afektif, dan perilaku, yang relatif

homogen dalam suatu kelompok. Depersonalisasi dapat diartikan sebagai memandang dirinya sendiri sebagai contoh dari kategori sosial yang dapat digantikan dan bukannya individu yang unik.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat empat dimensi dalam *social identity* yaitu: pertama persepsi dalam konteks antarkelompok (Hubungan antara *in-group* seseorang dengan *group* perbandingan yang lain). Kedua daya tarik *in-group* (afek yang ditimbulkan oleh *in-group* seseorang). Ketiga keyakinan yang saling terkait (norma dan nilai yang menghasilkan tingkah laku anggota kelompok ketika mereka berusaha mencapai tujuan dan berbagai keyakinan yang sama). Dan yang terakhir depersonalisasi (memandang dirinya sendiri sebagai contoh dari kategori sosial yang dapat digantikan dan bukannya individu yang unik).

2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembentukan *Social Identity*

Hogg (dalam Putri, 2013) menjelaskan terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pembentukan *social identity*, yaitu kategorisasi diri, perbandingan sosial dan interaksional.

1. Kategorisasi diri (*self-categorization theory*)

Kategorisasi diri merupakan teori yang lahir dari teori *social identity* yang berfokus pada aspek-aspek psikologis yang menyertai terbentuknya sebuah kelompok. Secara lebih khusus berfokus pada aspek kognitif, dimana aspek ini melihat bagaimana proses kognitif dari kategorisasi itu dapat melahirkan perilaku-perilaku tertentu dalam sebuah kelompok. Teori ini berasumsi bahwa setiap individu yang menjadi bagian dari sebuah kelompok cenderung akan menonjolkan

keunggulan-keunggulan kelompoknya sendiri ketika berhadapan dengan kelompok lain Oakes dkk (dalam Afif, 2015:23-24). Sedangkan Abraham dkk (dalam Afif 2015:24) menambahkan bahwa kategorisasi diri merupakan komponen kognitif dari *social identity* yang memungkinkan terbentuknya identitas kelompok melalui nama anggota-anggota kelompok tersebut, dengan sengaja menonjolkan aspek-aspek atau ciri-ciri tertentu dari kelompoknya saat berhadapan dengan kelompok lain. Senada dengan pendapat tersebut Julian dkk (dalam Afif, 2015:24) memberikan definisi kategorisasi sebagai proses kognitif yang menggambarkan terjadinya identifikasi diri pada individu sebagai bagian dari sebuah kelompok.

Cameron (dalam Afif, 2015:24) menambahkan bahwa kategorisasi diri merupakan kesadaran terhadap keanggotaan dalam kelompok yang dapat digunakan untuk membedakan satu individu dengan individu lainnya dari kelompok yang berbeda. Ketika kategorisasi diri berlangsung, setiap anggota kelompok akan melihat satu sama lain sebagai entitas yang utuh dan saling melengkapi. Antara individu yang satu dengan individu lainnya saling mempersepsi sebagai yang sama dan melihat anggota kelompok lain sebagai yang berbeda karena mereka telah terikat dalam sebuah identitas kolektif. Homogenisasi ini terjadi ketika antara individu yang satu dengan individu yang lain saling menginternalisasikan aspek-aspek identitas mereka sebagai properti yang dimiliki bersama. Aspek-aspek tersebut bisa berupa sikap, kepercayaan diri, nilai, perasaan-perasaan, norma, aturan dan properti-properti lainnya yang diyakini secara kolektif sebagai representasi dari kelompok Stets & Burke (dalam Afif, 2015:27).

Sarwono (dalam Kusumowardhani dkk, 2013) menyatakan bahwa pada kategorisasi sosial, individu menyederhanakan dunia sosialnya dengan menggolong-golongkan berbagai hal yang dianggap mempunyai karakteristik yang sama ke dalam suatu kelompok tertentu. Pengelompokan sosial yang paling sering dilakukan antara lain adalah berdasarkan ras, etnis, agama, maupun status sosial. Sarwono dan Meinarno (2015:253) mendefinisikan kategorisasi yaitu proses dimana individu mempersepsi dirinya sama atau identik dengan anggota lain dalam kelompok yang sama. Disamping individu mempersepsikan dirinya memiliki identitas sosial yang sama dengan anggota tersebut, individu juga akan bertingkah laku sesuai dengan kategori dimana ia termasuk di dalamnya. Kategorisasi ini akan mendorong individu untuk menekankan kesamaan dengan anggota yang berbeda dalam kelompok yang sama, tetapi akan menekankan perbedaan dengan anggota dari kelompok yang lain.

2. Perbandingan sosial

Teori perbandingan sosial (*social comparison theory*) menjelaskan bahwa individu cenderung akan memiliki penilaian positif terhadap kelompok rujukannya yang memiliki atribut-atribut yang dianggap unggul. Teori perbandingan sosial memiliki asumsi utama bahwa setiap individu cenderung akan membandingkan dirinya dengan individu lain yang memiliki sifat dan atribut-atribut yang mirip dengannya, guna mendapatkan evaluasi positif terhadap konsep diri. Teori ini memandang semua individu sebagai subjek yang homogen. Pada setiap individu akan dijumpai motif kompetisi sebagai motor penggerak bagi tercapainya kebutuhan untuk selalu tampil lebih unggul dan lebih baik dihadapan individu-individu lain Goethals

& Klien (dalam Afif, 2015:28). Turner (dalam Utami & Silalahi, 2013) menjelaskan dalam hal pengoperasian proses perbandingan sosial antara kelompok berdasarkan kebutuhan akan identitas *in-group* positif. Hubungan antara *social identity* dapat dirasakan dan perbandingan antar kelompok dapat diuraikan secara teoritis, dikatakan bahwa perbandingan sosial menimbulkan proses diferensiasi bersama antara kelompok yang dapat dianalisis sebagai bentuk persaingan sosial.

Tujuan dari perbandingan sosial antarkelompok tidak terletak pada diperolehnya *uniformitas* dan asimilasi, melainkan sebaliknya yaitu akan memaksimalkan perbedaan-perbedaan antarkelompok dan meminimalkan perbedaan-perbedaan dalam kelompok Turner dkk (dalam Afif, 2015:30). Senada dengan yang disampaikan oleh Turner, Jespan & Warnaen (dalam Afif, 2015:30) menambahkan bahwa perbandingan sosial antarkelompok juga merupakan cara yang paling mudah ditempuh untuk mengetahui siapa saja pihak yang menjadi anggota kelompok sendiri (*in-group*) dan siapa saja yang merupakan anggota kelompok lain (*out-group*). Proses inilah yang menjadi asal mula bagi perkembangannya penilaian-penilaian positif terhadap kelompok sendiri dan maksimalisasi keunikan-keunikan yang dimilikinya. Menurut Tajfel (dalam Afif, 2015:30). menyatakan bahwa manfaat dari perbandingan sosial antarkelompok bagi anggota-anggota kelompok bukan hanya karena mereka lebih mampu menjelaskan siapa diri mereka yang sebenarnya, tetapi juga lebih mampu mengevaluasi secara positif signifikansi dan relevansi perbandingan sosial itu guna tercapainya keunikan identitas kelompok mereka.

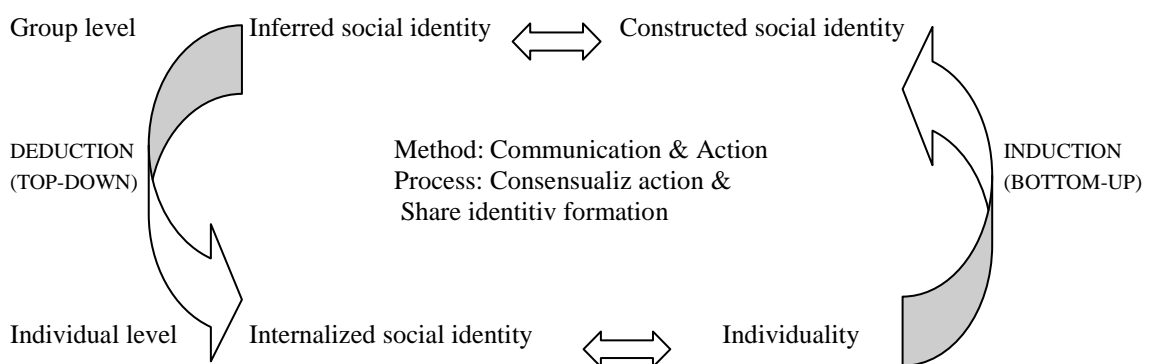
Sarwono dan Meinarno (2015:254) penilaian seseorang tentang diri sendiri tidak mungkin dilakukan tanpa melakukan perbandingan dengan orang lain. Individu memaknai dan menilai dirinya berdasarkan kelompok dimana ia berada serta individu biasanya menggunakan kelompoknya sendiri sebagai acuan utama. Individu yang memiliki harga diri positif merupakan individu yang menilai dirinya lebih baik dibandingkan orang lain. Individu juga memperoleh *social identity* melalui keanggotaannya pada kelompok tersebut. Sarwono (dalam Kusumowardhani dkk, 2013) berpendapat bahwa membandingkan antara kelompok sendiri dengan kelompok lain akan menjadi lebih positif. Individu akan memandang kelompok sendiri lebih positif dibandingkan kelompok lain, sedangkan kelompok lain akan selalu dipandang lebih rendah atau negatif (*out-group derogation*).

Eriyanti (2006) menjelaskan bahwa perbandingan sosial merupakan serangkaian perbandingan dengan orang atau kelompok lain yang secara subjektif membantu individu membuat penilaian khusus tentang keanggotaan *social identity* dibanding *social identity* yang lainnya. Huda (2014) menjelaskan proses perbandingan sosial berasumsi bahwa orang berjuang dengan keras untuk memelihara nilai positif dari identitas sosialnya. Penyebabnya adalah nilai dari kategorisasi sosial dibangun melalui perbandingan dengan kategori sosial lain yang relevan, dimana anggota kelompok akan bersikap berbeda dengan menilai lebih positif terhadap kelompok dalam (*in-group*) dibandingkan kelompok luar (*out-group*), yang pada akhirnya nilai positif tersebut menjadi karakter kelompok sebagai rangkaian menjadi kelompok mayoritas. Firdaus dkk (2016) memaparkan dalam proses pembentukan

social identity didasari oleh proses penempatan diri seseorang sebagai objek yang dikategorikan, yang kemudian individu akan membandingkan dengan individu lain atau kelompok lain.

3. Interaksional

Model ini menjelaskan bahwa bukan semata-mata karena faktor kelompok saja yang membentuk *social identity* pada individu, melainkan juga ditentukan oleh sejauh mana individu membangun interaksi sosial dengan sesama anggota kelompok maupun anggota kelompok lain. Proses ini kemudian memungkinkan bahwa *social identity* pada individu tidak hanya terbentuk melalui internalisasi nilai-nilai yang berkembang dikelompoknya saja melainkan juga ditentukan oleh sejauh mana individu tersebut mampu mengambil keuntungan dari identitas kelompok lain Postmes dkk (dalam Afif, 2015:34). Gambar di bawah ini akan menjelaskan bagaimana proses terbentuknya *social identity* individu menurut model interaksional.



Gambar: 2.1
Terbentuknya *Social Identity* dalam Model Interaksional (Postmes dkk, 2006).

Gambar di atas menunjukkan dimana *social identity* pada individu ternyata dibentuk oleh faktor kelompok dan faktor individu. Menurut Postman dkk (dalam Afif, 2015:34-36) terdapat dua model yang dapat digunakan untuk menjelaskan berlangsungnya proses tersebut yakni melalui proses induksi (*bottom-up*) dan deduksi (*top-down*). Model induksi (*bottom-up*) model ini menggambarkan tentang proses pembentukan *social identity* dari sudut pandang individu. Pertama individu merasa dirinya merupakan bagian dari kelompok tertentu, kemudian individu menyadari bahwa dalam sebuah kelompok dituntut untuk mengambil posisi tertentu dihadapan kelompok lain. Maka sebagai bagian dari anggota kelompok, individu merasakan betapa pentingnya *social identity* yang mampu mengikat dan merepresentasikan anggota-anggotanya. Melalui konsensus (*consensualization*), satu sama lain kemudian saling berbagi gagasan (*sharing of opinion*), merumuskan konsensus-konsensus dan yang paling penting adalah menentukan nilai-nilai apa yang nantinya akan berfungsi sebagai pondasi bagi *social identity* mereka.

Modal deduksi (*top-down*), lebih menekankan fungsi kelompok sebagai sumber *social identity* pada individu. Model ini mengasumsikan bahwa setiap kelompok pada dasarnya telah memiliki dan mempraktekan atribut dan nilai-nilai tertentu yang mengikat anggota-anggotanya menjadi kesatuan kolektif. Model deduktif ini menjelaskan proses pembentukan *social identity* yang terjadi dari atas kebawah (*top-down*), diturunkan dari kelompok ke individu, yang ditandai dengan adanya internalisasi nilai-nilai dan atribut kelompok ke dalam konsep diri individu. Dilihat dari metode yang digunakan, *social identity* dibentuk melalui komunikasi

(*communication*) dan tindakan (*action*) antarindividu dengan kelompok. Sementara dilihat dari proses yang melatarinya, *social identity* selalu terbentuk dalam konteks yang menyarakatkan adanya kebutuhan untuk mengupayakan konsensus (*consensualization*) dan kebutuhan terhadap pembentukan identitas bersama (*shared identity formation*). Jika tidak ada konsensus dan kebutuhan terhadap identitas bersama diantara individu-individu dalam kelompok maka mustahil akan terbentuk sebuah *social identity*.

Definisi sosial tentang diri seperti dalam hal etnis, agama, status sosial, dengan demikian juga meliputi siapa yang tidak tergolong dengan dirinya sehingga memunculkan persepsi *ingroup-outgroup* dalam perilaku kelompok. *Social identity* terbentuk atas dasar adanya kepentingan kelompok yang lebih diutamakan sehingga hubungan yang terbangun mengambil bentuk antara kami atau kita dengan mereka Turner & Onorato (dalam Afif, 2015:14).

Berdasarkan uraian di atas mengenai penjelasan dari faktor *pembentuk social identity* dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat tiga faktor pembentukan *social identity* diantaranya (1) kategorisasi diri (*self-categorization theory*) berfokus pada aspek-aspek psikologis yang menyertai terbentuknya sebuah kelompok. (2) perbandingan sosial, teori perbandingan sosial (*social comparison theory*) menjelaskan bahwa individu cenderung akan memiliki penilaian positif terhadap kelompok rujukannya yang memiliki atribut-atribut yang dianggap unggul. (3) interaksional, model ini menjelaskan bahwa tidak hanya faktor kelompok yang membentuk *social identity* pada individu, melainkan juga ditentukan oleh sejauh

mana individu membangun interaksi sosial dengan sesama anggota kelompok maupun anggota kelompok yang lainnya.

2.2.4 Jenis-jenis *Social Identity*

Brewer (dalam Afif, 2015:19) menyatakan terdapat empat jenis *social identity* yaitu, sebagai berikut:

1. *Person-based social identities* (*social identity* berbasis individu)

Brewer (2001) istilah ini dimaksudkan untuk mendefinisikan definisi dari *social identity* yang terletak di dalam konsep diri individu, dimana individu merefleksikan bagaimana karakteristik atau properti kelompok diinternalisasikan oleh anggota-anggota kelompok ke dalam konsep diri mereka. Dalam hal ini, *social identity* adalah aspek yang sangat dipengaruhi oleh keanggotaan dalam kelompok atau kategorisasi sosial tertentu dan pengalaman sosialisasi bersama yang tersirat dalam keanggotaan tersebut.

Thoist dan Virshup (dalam Brewer, 2001) mendeskripsikan istilah dari *social identity* yang dijawab dalam menanggapi pertanyaan seperti apakah saya atau siapakah saya. Hal ini adalah pengembangan dari konseptualisasi *social identity* yang paling sering dipelajari, sebagai salah satu aspek perolehan konsep diri melalui proses sosialisasi dan internalisasi. Model *social identity* yang khas dari jenis ini adalah teori perkembangan identitas gender. Teori ini lebih menekankan pada isi identitas, perolehan ciri-ciri psikologis, harapan, kebiasaan, keyakinan, dan ideologi yang terkait dengan kelompok atau kategori sosial tertentu. Identifikasi mengacu pada

sentralitas keanggotaan kelompok sosial tertentu terhadap rasa “individu” dan makna yang berasal dari identitas.

2. *Relational social identities* (identitas sosial relasional)

Markus dan Kitayama (dalam Brewer, 2001) menyatakan bahwa identitas relasional termasuk ke dalam peran rasional (dokter-pasien, guru-siswa), hubungan keluarga (orang tua-anak, saudara kandung-saudara kandung), dan hubungan pribadi yang dekat (persahabatan-pasangan). Hal ini ditujukan untuk merefleksikan bagaimana identitas diri terbentuk melalui interaksi dengan orang lain, namun dalam konteks hubungan antarkelompok. Brewer dan Gardner (dalam Brewer, 2001) berpendapat identitas peran adalah salah satu jenis identitas sosial yang berasal dari hubungan interpersonal dalam konteks kelompok yang lebih besar. Hal ini berkaitan erat dengan konsep diri yang saling bergantung. Kategori ini juga mencakup identitas kelompok ketika kelompok-kelompok yang terlibat didefinisikan oleh hubungan interpersonal diantara individu yang berinteraksi seperti keluarga, tim kerja, dan kelompok sosial lainnya. *Relational social identities* saling bergantung dalam arti bahwa sifat dan perilaku yang diungkapkan oleh satu individu bergantung pada responsif terhadap perilaku dan harapan pihak-pihak lain dalam hubungan tersebut. Bahkan peran sosial harus disesuaikan dengan beberapa karakteristik, kebutuhan, dan keterampilan khusus. Oleh karena itu, identitas relasional merefleksikan pengaruh pada konsep diri dari norma-norma dan harapan sosial yang dikaitkan dengan menduduki peran tertentu atau posisi sosial, dan sifat dari hubungan interpersonal yang spesifik dimana peran tersebut dijalankan.

3. *Group-based social identities* (identitas sosial berbasis kelompok)

Brewer (2001) dimana *social identity* berbasis individu merefleksikan meluasnya keanggotaan kelompok atau kategori mana yang direpresentasikan sebagai bagian integral dari konsep diri individu. *Group-based social identity* mengacu pada persepsi diri. Identitas kelompok tidak dapat dipalsukan dari hubungan antar interpersonal dan diantara anggota kelompok di dalamnya, tetapi lebih dari hubungan umum ke dalam keanggotaan kategori secara bersama. *Group-based social identity* mempengaruhi konsep diri dalam dua cara. Pertama, saat identitas kelompok terlibat, keterbatasan diri dapat melampui individu ke dalam unit sosial yang lebih inklusif. Batas antara diri dan anggota kelompok lainnya dikalahkan oleh arti yang lebih besar dari batas antara *in-group* dan *out-group*. Kedua, atribut dan perilaku individu diasimilasikan dengan representasi kelompok secara keseluruhan, meningkatkan aspek-aspek yang membuat kelompoknya berbeda dari kategori kelompok sosial lainnya dan pada waktu yang sama meningkatkan keseragaman dan kohesi dalam kelompok.

4. *Collective identities* (identitas kolektif)

Brewer (2001) meskipun *social identity* berbasis kelompok menegaskan isi representasi diri melalui proses identifikasi dan asimilasi, teori *social identity* ini terutama berkaitan dengan proses dimana representasi diri dalam kelompok terbentuk atas dasar makna yang melekat pada identitas kelompok tertentu. Teori identitas kolektif menjelaskan bahwa dimana anggota-anggota kelompok tidak hanya berbagi atribut-atribut yang menggambarkan diri mereka tetapi juga terlibat dalam aksi-aksi

sosial untuk mencitrakan identitas kelompok mereka serta bagaimana individu tersebut ditampilkan dan dipersepsi oleh orang atau kelompok lain. Dengan demikian, berguna untuk membuat perbedaan antara *social identity* sebagai identifikasi dengan identitas kolektif dan kohesif memerlukan sebagai norma, nilai, dan ideologi. Seperti halnya *group-based social identity*, konsep identitas kolektif melibatkan representasi bersama dari kelompok berdasarkan minat dan pengalaman bersama, tetapi juga mengacu pada pembentukan proses aktif dan membentuk sebuah citra tentang apa yang kelompok inginkan dan bagaimana individu ingin dilihat oleh orang lain. Oleh karena itu, identitas kolektif mewakili pencapaian upaya kolektif di atas dan di luar kategori yang dimiliki anggotanya sebagai bagian dari sebuah konsekuensi. Oleh karenanya konsep identitas kolektif menyediakan hubungan kritis antara *social identity* (pada tingkat individu dan kelompok), tindakan kolektif di area politik dan merupakan kunci dari sebuah konsep studi “politik identitas”.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat empat jenis *social identity*, berdasarkan teori yang disampaikan oleh Brewer diantaranya, pertama *Person-based social identities* (social identity berbasis person), yaitu merefleksikan bagaimana karakteristik atau properti kelompok diinternalisasikan oleh anggota-anggota kelompok ke dalam konsep diri mereka. Kedua *Relational social identities* (identitas sosial relasional), yaitu merefleksikan bagaimana identitas diri terbentuk melalui interaksi dengan orang lain, namun dalam konteks hubungan antarkelompok. Ketiga *Group-based social identities* (identitas sosial berbasis kelompok), yaitu merefleksikan *social identity* kelompok dalam pengertian yang

lazim diterima dalam teori *social identity*. Keempat *Collective identities* (identitas kolektif), yaitu merefleksikan proses dimana anggota kelompok tidak hanya berbagi atribut yang menggambarkan diri mereka tetapi juga terlibat dalam aksi sosial untuk mencitrakan identitas kelompok mereka serta bagaimana individu tersebut ditampilkan dan dipersepsi oleh orang atau kelompok lain.

2.3 Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM)

Organisasi mahasiswa (ORMAWA) ditingkat universitas terdiri dari Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM), Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM), dan Majelis Permusyawaratan Masyarakat (MPM). Ormawa ditingkat universitas adalah Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas (BEMF), dan Dewan Perwakilan Mahasiswa Fakultas (DPMF), sedangkan tingkat jurusan atau prodi terdapat Himpunan Mahasiswa (HIMA). Sementara itu untuk mewedahi minat, bakat dan pembinaan prestasi mahasiswa, terdapat Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) ditingkat universitas dan fakultas. Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) lembaga kemahasiswaan tempat berhimpunya para mahasiswa yang memiliki kesamaan minat, kegemaran, kreativitas dan orientasi aktivitas penyaluran kegiatan ekstrakurikuler di dalam kampus. UKM merupakan organisasi kemahasiswaan yang memiliki tugas merencanakan, melaksanakan dan mengembangkan kegiatan ekstrakurikuler mahasiswa yang bersifat penalaran, minat dan kegemaran, kesejahteraan dan minat khusus sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Kedudukan lembaga ini berada pada wilayah universitas yang secara aktif mengembangkan sistem pengelolaan organisasi secara mandiri.

2.4 Hubungan *Social Identity* dengan Etnosentrisme pada Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Di Universitas Negeri Semarang.

UKM merupakan kepanjangan dari unit kegiatan mahasiswa yang bersifat ekstrakurikuler untuk melengkapi kegiatan intra kurikuler. Ekstrakurikuler merupakan kegiatan tambahan yang dilakukan oleh mahasiswa pada masa perkuliahan selain kegiatan belajar. Ekstrakurikuler sendiri merupakan kegiatan mahasiswa yang sifatnya non bidang akademik yang tidak memiliki bobot sks seperti mata kuliah pada umumnya. Ekstrakurikuler yang diikuti mahasiswa berupa pengembangan bakat, minat baik berupa pengembangan penalaran dan keilmuan, kesejahteraan masyarakat yang berupa kegiatan sosial dalam kemasyarakatan, maupun kegemaran lainnya yang diminati oleh mahasiswa.

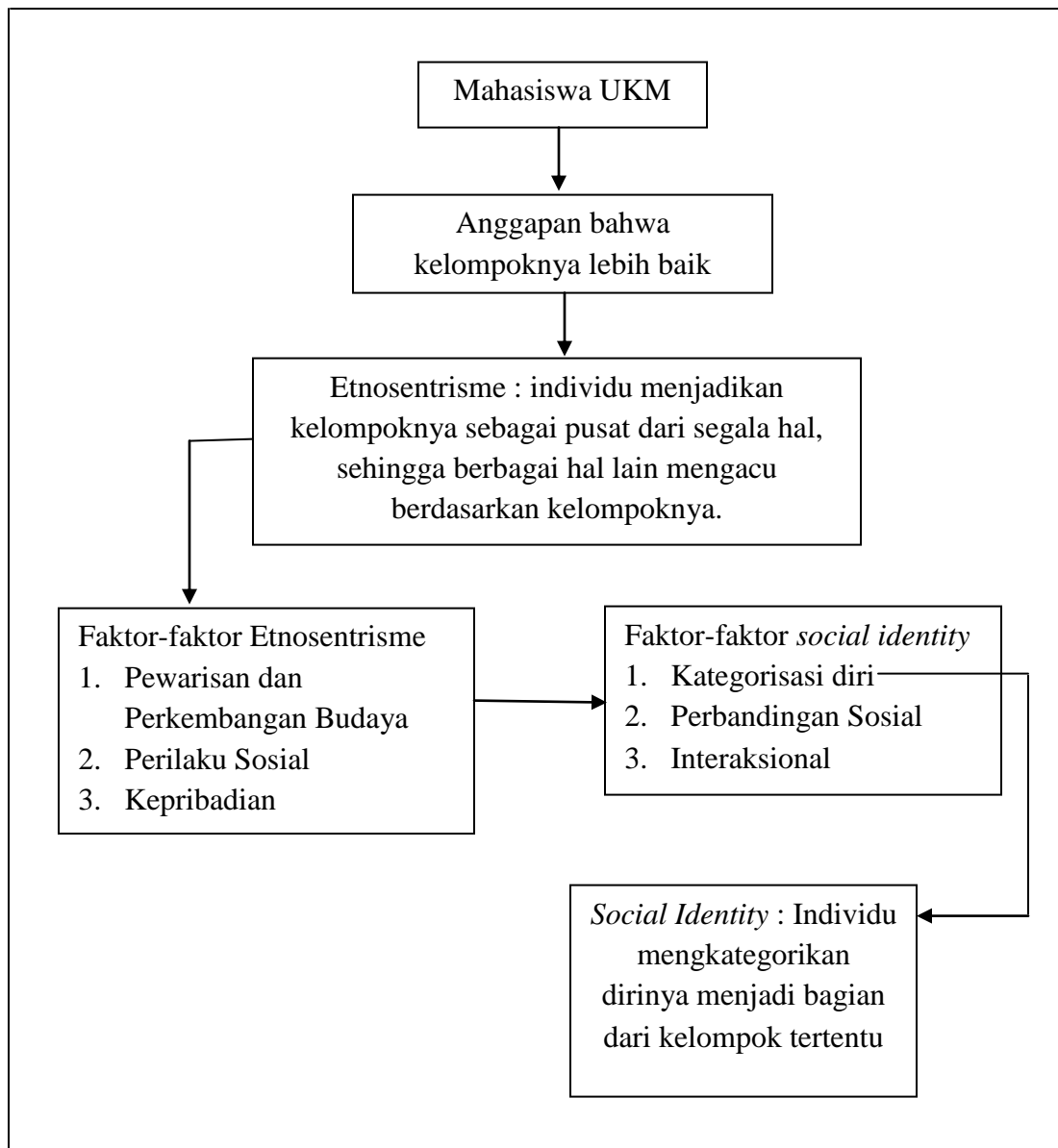
Fungsi dari kegiatan ekstrakurikuler yang diikuti mahasiswa ini adalah untuk menambah pengetahuan, baik berupa wawasan lingkungan, sosial maupun teknologi. Tak hanya itu mengikuti kegiatan ekstrakurikuler dapat menjadi sarana yang tepat untuk belajar berorganisasi, memecahkan masalah dan juga komunikasi. Dalam sebuah organisasi, komunikasi menjadi kebutuhan yang sangat penting. Jalan atau tidaknya sebuah organisasi bergantung dari bagaimana cara anggota organisasi berkomunikasi, apakah komunikasi yang tercipta sudah cukup efektif atau tidak. Efektifitas dalam sebuah komunikasi dapat terbentuk dari adanya hubungan yang baik antar sesama anggota dalam sebuah organisasi. Hubungan yang baik dalam sebuah organisasi tentunya didasari oleh adanya kepercayaan untuk mencapai tujuan

secara bersama. Kepercayaan muncul atas dasar minat yang sama untuk mencapai tujuan secara bersama. Adanya tujuan secara bersama ini membuat individu meleburkan identitas diri di atas identitas kelompok, sehingga terjadi proses depersonalisasi atau deindividuasi. Hal ini yang disebut dengan *social identity*.

Social identity adalah “konsep diri (bagian dari individu) yang berasal dari pengetahuan mereka tentang keanggotaan dalam suatu kelompok sosial atau bersama dengan nilai dan signifikansi emosional dari keanggotaan kelompok” Tajfel (1982:24). *Social identity* terbentuk atas dasar kesepakatan bersama antar anggota kelompok yang tergabung di dalamnya. Penelitian yang dilakukan oleh Hafizhudin dan Indrawati (2016) terkait *social identity* dengan perilaku mengemudi agresif mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan yang positif antara *social identity* dengan perilaku mengemudi agresif. *Social identity* dalam suatu kelompok tercipta dari adanya dua proses penting, antara lain pertama proses kognitif yaitu kemungkinan untuk membedakan antara anggota kategori sosial yang berbeda, dan kedua proses emosional yaitu perasaan komitmen yang efektif terhadap kelompok. Baik proses kognitif maupun proses emosional dapat membentuk sebuah kepercayaan di dalam kelompok yang melahirkan nilai dan norma yang di sepakati secara bersama. Dua proses ini membentuk sebuah daya tarik tersendiri bagi anggota kelompok yang tergabung di dalamnya (*in-group*). Daya tarik dalam kelompok diikuti oleh adanya persepsi yang dimiliki antar kelompok, sehingga timbul keyakinan bahwa kelompok yang diikutinya lebih baik dari pada kelompok yang lain. Hal ini yang melahirkan adanya sikap etnosentrisme di dalam sebuah kelompok.

Liliweri (2005:14-15) mendefinisikan etnosentrisme merupakan sikap emosional sekelompok etnik, suku bangsa, agama atau golongan yang merasa etniknya superior dari pada etnik lain. Sikap etnosentrisme yang muncul dari dalam kelompok didasari oleh adanya aspek preferensi dimana preferensi merupakan ekspresi kelompok yang mementingkan diri sendiri, melihat bahwa *in-group* lebih penting untuk dirinya dari pada *out-group*. Kemudian adanya aspek superioritas, menurut Liliweri (2005:15-16) kadang-kadang etnosentrisme dapat dikombinasikan dengan rasisme, yakni kepercayaan bahwa seorang individu dapat diklasifikasikan ke dalam kelompok rasial yang berbeda dimana disusun atas kelas-kelas berdasarkan ras biologis. Akibatnya, seseorang dapat menolak perbedaan budaya dengan langsung mengasumsikan bahwa kelompok etnik atau ras lain lebih *inferior*. Selanjutnya aspek kemurnian yaitu dimana seseorang harus mengasosiasikan terutama kelompoknya, sedangkan anggota kelompok luar harus dijaga pada jarak atau bahkan benar-benar dijauhi. Hal ini melihat apakah anggota kelompok benar-benar memiliki kesetiaan terhadap anggota kelompoknya (*in-group*). Adanya aspek pengeksplorasian dan kohesi ini menjadikan kepentingan kelompok lebih penting dari pada kepentingan individu di dalam kelompok sehingga kelompok menolak adanya individuasi yang terjadi dalam kelompok (*in-group*).

Atas dasar penjelasan di atas, maka hubungan antara *social identity* dengan etnosentrisme pada anggota unit kegiatan mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang, dapat divisualisasikan ke dalam bentuk kerangka berpikir yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.2
Kerangka berpikir

Dari bentuk visualisasi bagan di atas dapat di jelaskan bahwa hubungan antara *social identity* dengan etnosentrisme merupakan hubungan yang timbal balik (kausalitas). Proses sosialisasi merupakan proses belajar dimana individu dapat

berpikir, menyesuaikan diri, dan bagaimana caranya untuk dapat hidup dalam lingkungan sosialnya. Sosialisasi menuntut individu untuk bertingkah laku berdasarkan batasan-batasan yang telah ada dan diakui di dalam masyarakat. Batasan-batasan yang ada di dalam masyarakat ini diwakilkan baik oleh keluarganya maupun lingkungan kebudayaan dimana individu tersebut tinggal, baik berupa nilai dan norma dalam masyarakat. Nilai dan norma di dalam masyarakat yang dianut oleh individu membentuk sebuah kepribadian dimana kepribadian merupakan tata cara individu bereaksi dan berinteraksi dengan individu lain. Dalam bermasyarakat individu akan cenderung memilih untuk berinteraksi dengan individu lain yang memiliki tujuan yang sama. Hal ini yang mengakibatkan adanya pengkategorian diri berdasarkan minat dan tujuan yang sama antar individu.

2.5 Hipotesis

Hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti sebagai berikut: ada hubungan antara *social identity* dengan etnosentrisme pada anggota UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa) di Universitas Negeri Semarang. Arah hubungan antara kedua variabel adalah positif, artinya bahwa semakin tinggi *social identity* mahasiswa UKM maka akan semakin tinggi pula sikap etnosentrisme pada mahasiswa UKM di Universitas Negeri Semarang. Sebaliknya, semakin rendah *social identity* mahasiswa UKM maka akan semakin rendah pula sikap etnosentrisme pada mahasiswa UKM di Universitas Negeri Semarang.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai hubungan antara *social identity* dengan etnosentrisme pada anggota unit kegiatan mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada hubungan yang signifikan antara *social identity* dengan etnosentrisme pada anggota unit kegiatan mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang. Arah hubungan antara kedua variabel adalah positif, artinya semakin tinggi *social identity* yang dimiliki oleh anggota kelompok UKM semakin tinggi pula sikap etnosentrisme yang dimiliki oleh anggota kelompok UKM.
2. Berdasarkan analisis deskriptif pada variabel etnosentrisme, menunjukkan bahwa sikap etnosentris yang dimiliki oleh anggota UKM di Universitas Negeri Semarang tergolong pada kategori tinggi. Hasil analisis yang dilakukan pada masing-masing UKM menunjukkan bahwa sikap etnosentris tergolong pada kategori tinggi. Sementara itu hasil analisis berdasarkan tiap dimensi yang menyusun etnosentrisme menunjukkan bahwa dimensi kesetiaan menjadi faktor yang paling dominan dalam etnosentrisme. Artinya bahwa mahasiswa yang tergabung dalam keanggotaan UKM di Universitas Negeri Semarang

menganggap bahwa kelompok UKM sendiri (*in-group*) lebih unggul dibandingkan dengan kelompok UKM lain (*out-group*).

3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada variabel *social identity*, diketahui bahwa mahasiswa yang tergabung dalam keanggotaan unit kegiatan mahasiswa (UKM) di Universitas Negeri Semarang menunjukkan bahwa perilaku *social identity* tergolong pada kategori tinggi. Hasil analisis yang dilakukan pada masing-masing UKM menunjukkan bahwa perilaku *social identity* tergolong pada kategori tinggi. Sementara itu hasil analisis diskriptif berdasarkan tiap dimensi menunjukkan bahwa dimensi daya tarik *in-group* memiliki nilai yang paling dominan dalam *social identity*. Artinya bahwa keanggotaan individu dalam suatu kelompok (*in-group*) berpengaruh pada sikap yang dimilikinya terhadap kelompok lain (*out-group*).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data, pembahasan dan kesimpulan yang disampaikan oleh peneliti, maka peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, diantaranya:

1. Bagi Subjek Penelitian

Sikap etnosentrisme yang terjadi dalam kelompok akan menimbulkan adanya sebuah konflik, baik secara nyata maupun tersembunyi, oleh karena itu penting adanya penurunan sikap etnosentrisme terhadap kelompok lain, hal ini dapat dilakukan dengan cara menurunkan dimensi kesetiaan dimana adanya

kecenderungan secara berlebihan dalam mengidentifikasi dirinya dalam kelompok sendiri (*in-group*).

Pandangan yang keliru dalam sebuah kelompok dapat menunjukkan sikap bermusuhan yang ditujukan kepada kelompok lain (*out-group*). Perlu adanya sikap saling menghormati antar kelompok, tidak semua kelompok merupakan kelompok pesaing, dan apa yang dilakukan oleh kelompok lain bukan tindakan yang negatif.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian sejenis yaitu etnosentrisme maupun *social identity* terutama pada subjek yang berkaitan dengan lembaga pendidikan, peneliti dapat memepertimbangkan perencanaan waktu dalam proses pengumpulan data, agar mendapatkan hasil yang maksimal, sehingga tujuan dari penelitian dapat tercapai dengan baik. Peneliti juga diharapkan dapat mengkaji faktor-faktor lain terutama pada variabel yang mempengaruhi pembentukan etnosentrisme.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, A. (2015). *Teori Identitas sosial*. Yogyakarta: UII Press.
- Agustian, R., & Yoserizal. (2013). etnosentrisme komunitas Tionghoa di kota Bagaan Siapi-Api Kecamatan Bangko Kabupaten Rotan Hilir.
- Alwisol. (2009). *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2016a). *Dasar-dasar Psikometrika*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____ (2015). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____ (2016b). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baihaqi, A., & Pratiwi, L. (2016). Hubungan Etnosentrisme dan Wisdom pada Masyarakat Komunitas Betawi. *Jurnal Ilmu Penelitian Psikologi* , 9-16.
- Barke, A. (2016). *Social identity in people with multiple sclerosis: A social identity approach to the role of the family in identity reconstruction*. University of Nottingham.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2003). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Bizumic, B., Duckitt, J., Popadic, D., Dru, V., & Krauss, S. (2009). A cross-cultural investigation into areconceptualization of ethnocentrism . 871-899.
- Brewer, M. B. (2004). Taking the Social Origins of Human Nature Seriously: Toward a More. *Personality and Social Psychology* , 107-113.
- _____ (2001). The Many Faces of Social Identity: Implications for Political Psycholog. *Political Psycholog* , 115-125.
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian KUantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Ellemers, N., Kortekaas, P., & Ouwerkerk, J. W. (1999). Self-categorisation, Commitment to the Group and Group Self-esteem as Related but Distinct Aspects of Social Identity. *European Jurnla of Social Identity* , 371-389.

- Eriyanti, F. (2006). Dinamika Posisi Identitas Etnis Tionghoa dalam Tinjauan Teori Identitas Sosial. 23-34.
- Fadila, R. (2013). Hubungan Identitas sosial dengan perilaku agresif pada geng motor. 73-78.
- Firdaus, G., Budiati, A. C., & Nurhadi. (2016). Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Mahasiswa FKIP UNS. 1-18.
- Fransisca Nurmalita Hapsari Utami, B. Y. (2013). hubungan antara identitas sosial dan konformitas pada anggota komunitas virtual kaskus regional depok. 93-98.
- Hackel, L. M., Looser, C. E., & Bavel, J. J. (2014). Group Membership alters the Threshold for Mind Perception: the Role of Social Identity, Collective Identification, and Intergroup threat. *Jurnal of Experimental Social Psychology* , 15-23.
- Hadi, S. (2015). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hafizhudin, Z., & Indrawati, E. S. (2016). Hubungan Antara Identitas Sosial dengan Perilaku Mengemudi Agresif pada Komunitas Motor RX-King di Semarang. *Jurnal Empati* , 683-686.
- Hall, P. H., & Gudykunst, W. B. (1989). the relationship of perceived ethnocentrism in corporate cultures to the selection, training, and succes of international employees. 183-201.
- Hardani, A. P., & Windiarti, R. (2016). pengaruh etnosentrisme terhadap karakter toleransi anak usia 4-6 tahun di TK kuncup melati semarang. 9-15.
- Harino, Tarifu, L., & Joko. (2017). Etnosentrisme dalam proses pemekaran desa (studi dinamika politik lokal di desa Wowonga Jaya, Kecamatan kulisusu Utara kabupaten Buton Utara.
- Hogg, M. A., & Tindale, R. S. (2001). *Blackwell Handbook of Social Psychology: Group Processes*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Hogg, M. A., Abrams, D., Otten, S., & Hinkle, S. (2004). the social identity persepective intergroup relations, Self-Conception, and Small Groups. 246-276.

- Huda, M. J. (2014). Dinamika Pencapaian Identitas Sosial Positif Atas Keistimewaan Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Integratif* , 30-41.
- Jost, J. T., & Thompson, E. P. (2000). Group-Based Dominance and Opposition to Equality as Independent Predictors of Self-Esteem, Ethnocentrism and Social Political Attitudes among African Americans and European Americans. *journal of experimental social psychology* , 209-232.
- King, L. A. (2014). *Psikologi Umum*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kuntjojo. (2009). *Psikologi Kepribadian*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Kusumowardhani, R. P., Fathurrohman, O., & Ahmad, A. (2013). Identitas Sosial, Fundamentalisme, dan Prasangka terhadap Pemeluk Agama yang Berbeda: Perspektif Psikologis. *Jurnal Multikultural & Multireligius* , 18-29.
- Liliweri, A. (2005). *Prasangka & Konflik*. Yogyakarta: PT LKis.
- _____. (2009). *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Meganingrum, R., & Fauziah, N. (2017). Hubungan Antara Identitas Sosial dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Penggemar Batu Akik dan Batu Mulia di Semarang. *Jurnal Empati* , 365-373.
- Myers, D. G., College, H., & Michigan, H. (1999). *social Psychology*. United States of America: the McGraw-Hill Companies.
- Nisrima, & Hayati. (2016). Pembinaan Perilaku Sosial Remaja Penghuni Yayasan Islam Media Kasih Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa psikologi* , 192-204.
- Padilla, A. M., & Perez, W. (2003). Acculturation, Social Identity, and Social Cognition: A New Perspective. 33-55.
- Patta, K. (2014). Pengembangan Model Perencanaan Komunikasi Antar Etnik Sebagai Solusi atas Menguatnya Kesadaran Etnosentrisme. 1149-1157.

- Putri, K. R. (2013). Hubungan Antara Identitas Sosial dan Konformitas dengan Perilaku Agresif pada Suporter Sepakbola Persisam Putra Samarinda. *Jurnal Psikologi* , 241-253.
- Rakhmat, J. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ramadhania. (2013). Pengaruh Karakteristik Personal Terhadap Etnosentrisme Konsumen Pada Produk Domestik. 239-250.
- Rengganis, D. A. (2016). kontribusi Identitas Sosial Terhadap Konformitas pada Penggemar K-POP. *Jurnal Ilmiah Psikologi* , 161-167.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. (2010). *Komunikasi Lintas Budaya*. Jakarta: Humanika Salemba.
- Sara, I. P & Handoyo P. (2013). Proses Sosialisasi Anggota Pank Hardcore Punk Sidoarjo (HCS). 1-10
- Sarifah, R. (2016). Identitas Sosial dengan Prasangka pada Prajurit TNI AD Terhadap Anggota Kepolisian. *Jurnal Ilmial Psikologi Terapan* , 75-88.
- Sarwono, S. W., & A.Meinarno, E. (2015). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Scheepers, D. (2009). Turning Social Identity Threat into Challenge: Status Stability and Cardiovascular Reactivity during inter-group competition. *Jurnal of Experimental Social Psychology* , 228-233.
- Scheepers, D., & Ellemers, N. (2005). When the pressure is up: The Assesement of Social Identity Threat in Low and High Status Groups. *journal of experimental social psychology* , 192-200.
- Shintaviana, F. V., & Yudarwati, A. (2014). Konsep Diri Serta Faktor-faktor Pembentuk Konsep Diri Berdasarkan Teori Interaksionalisme Simbolik. 1-15.
- Sim, J. J., Goyle, A., McKedy, W., & Scott Eidelman, J. C. (2014). How Social Identity Shapes the Working Self-concept. *Jurnal of experimental Social Psychology* , 271-277.

- Stagner, R. (1977). Egocentrism, ethnocentrism, and altrocentrism: factors in individual and intergroup violence. 9-30.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprawati, S. (2011). Hubungan Sikap Etnosentrisme dengan Kohesivitas Karyawan di UIN Suska Riau. Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Suroyya, D., Wisadirana, D., & Suryadi. (2014). Pengaruh Sikap Etnosentrisme Interpersonal Communication Competence dan Gaya Komunikasi Terhadap Efektivitas Komunikasi Etnis Tionghoa Kepada Etnis Jawa di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. 195-200.
- Suryabrata. (2014). *Psikologi Kepribadian*. Yogyakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tajfel, H. (1982). *social psychology of intergroup relations*. Department of Psychology, University of Bristol, Bristol BS8 1HH: England.
- Tavris, C. (2007). *Psikologi*. Jakarta: Erlangga.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2012). *Psikologi sosial*. Jakarta: kencana.
- Utami, F. N., & Silalahi, B. Y. (2013). Hubungan Antara Identitas Sosial dan Konformitas Pada Anggota Komunitas Virtual Kaskus Regional Depok. *Proceeding PESAT* , 93-98.
- Wade, C., & Tavis, C. (2008). *Psikologi*. Jakarta: Erlangga.
- Walgito, B. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Young, C. A., Haffejee, B., & Corsun, D. L. (2017). the relationship between ethnocentrism and cultural intelligence. 31-41.
- Yuliana, R. (2012). Peran Komunikasi Dalam Organisasi. *Jurnal STIE Semarang* , 52-58.