

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
KONFORMITAS KELOMPOK DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA REMAJA AKHIR**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh

Gelar Derajat Sarjana (S-1) Psikologi



Oleh:

Laksmi Budi Rinjani

F 100 160 060

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
KONFORMITAS KELOMPOK DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA REMAJA AKHIR**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh
Derajat Sarjana (S-1) Psikologi

Diajukan oleh:

Laksmi Budi Rinjani

F 100 1600 60

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
KONFORMITAS KELOMPOK DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA REMAJA AKHIR**

Oleh :

Laksmi Budi Rinjani

F 100 1600 60

Telah disetujui untuk dipertahankan
didepan Dewan Penguji

Telah disetujui oleh:

Pembimbing



Dra. Juliani Prasetyaningrum, M.Si

NIK.NIDN: 0617075901

5 November 2020

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
KONFORMITAS KELOMPOK DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA REMAJA AKHIR**

Yang diajukan oleh :

Laksmi Budi Rinjani
F 100 160 060

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal
20 November 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Ketua Sidang

Dra. Juliani Prasetyaningrum, M.Si



Penguji I

Achmad Dwityanto O., S.Psi., M.Si



Penguji II

Wisnu Sri Hertinjung, S.Psi., M.Si



Surakarta, 20 November 2020

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Psikologi
Dekan,



Susatyo Yuwono, S.Psi., M.Psi., Psikolog
NIK. NIDN: 838/0624067301

SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrohmanirrohim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Laksmi Budi Rinjani
NIM : F 100 160 060
Fakultas : Psikologi
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Judul : Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Konformitas
Kelompok dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Akhir

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak dapat terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka. Saya juga menyatakan bahwa hasil karya ini adalah benar-benar karya saya pribadi, sama sekali tidak melakukan plagiat ataupun meminta jasa pembuatan skripsi dari pihak lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan segala kesungguhan. Apabila dilain waktu ditemukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan saya, maka saya bersedia menerima konsekuensinya.

Yang Menyatakan

Surakarta, 14 Oktober 2020



Laksmi Budi Rinjani

UCAPAN TERIMAKASIH

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji bagi Allah SWT untuk segala nikmat, karunia dan kemudahan yang diberikan selama proses penulisan skripsi ini. skripsi ini juga tidak akan pernah selesai tanpa adanya bantuan dari banyak pihak, baik dalam bentuk dukungan, kritik maupun saran kepada penulis. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada:

1. *Allah Subhanahu Wata'ala.*
2. Bapak Susatyo Yuwono, M.Si, Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
3. Ibu Dra. Juliani Prasetyaningrum, M.Si selaku pembimbing skripsi, terimakasih atas bimbingan ibu, dan atas kesabaran ibu dalam membimbing penulis selama ini.
4. Bapak-bapak dan Ibu-ibu Dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu, serta staf Tata Usaha yang membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Untuk diriku sendiri, makasih sudah berjalan sejauh ini dan berjuang dengan sekuat tenaga selama ini, kamu hebat!
6. Orang tua yang sangat saya cintai yaitu Bapak Catriya Budi Indrayana dan Ibu Sri Sutarmi, yang selalu senantiasa mendoakan saya dan memberikan kasih sayang sampai kapanpun. Terimakasih atas jasa-jasanya, doa dan sumbangan dana yang telah diberikan dengan tulus ikhlas kepada penulis.
7. Adik tersayang Nabila Budi Anjani dan Keluarga besarku. Terimakasih telah mendoakan dan memberi support penulis.

8. Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, terimakasih atas segala kenangan selama 4 tahun yang telah kita habiskan bersama.
9. Kepada teman-teman sejawat, terimakasih atas support yang diberikan kepada peneliti.
10. Para responden penelitian, terimakasih telah meluangkan waktunya untuk memberikan bantuan kepada penulis.
11. Keluarga Teater Lugu. Terimakasih atas dukungan dan kebersamaan selama 4 tahun ini.

Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih untuk semua pihak yang telah mendukung, mendoakan dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini dan harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat *Aamiin*.

Laksmi Budi Rinjani

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	1
ABSTRACT.....	2
PENDAHULUAN	3
METODE	16
HASIL	23
PEMBAHASAN	29
KESIMPULAN	32
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Populasi	18
Tabel 2 <i>Skoring</i>	20
Tabel 3 <i>Blueprint</i> Perilaku Konsumtif	20
Tabel 4 <i>Blueprint</i> Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	21
Tabel 5 <i>Blueprint</i> Konfomitas Kelompok.....	21
Tabel 6 Kategorisasi Perilaku Konsumtif	25
Tabel 7 Kategorisasi Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	26
Tabel 8 Kategorisasi Konformitas Kelompok.....	27
Tabel 9 Uji hipotesis non parametrik	28
Tabel 10 Kagorisasi.....	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kurva Kategorisasi Perilaku Konsumtif	25
Gambar 2 Kurva Kategorisasi Intensitas Penggunaan Media Sosial	27
Gambar 3 Kurva Kategorisasi Konformitas Kelompok.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Blue Print</i> Sebelum Validitas	43
Lampiran 2 Skala Sebelum Validitas	44
Lampiran 3 Perhitungan Uji Validitas	49
Lampiran 4 Sesudah Validitas	52
Lampiran 5 Perhitungan Uji Realibitas.....	57
Lampiran 6 Hasil Olah Data Uji Asumsi dan Uji Hipotesis	61
Lampiran 7 Kategorisasi	66
Lampiran 8 <i>Informed Consent (IC)</i>	80
Lampiran 9 Bukti Analisis Data.....	82
Lampiran 10 Surat Bukti Uji <i>Turnitin</i>	83

HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KONFORMITAS KELOMPOK DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA AKHIR

Laksmi Budi Rinjani¹, Dra. Juliani Prasetyaningrum, M.Si²
rindarinjani@gmail.com¹, yp111@ums.ac.id²
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta¹²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir dan untuk mengetahui hubungan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir. Dalam penelitian ini intensitas penggunaan media sosial dan konformitas kelompok merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi remaja akhir dalam berperilaku konsumtif. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berusia 18-21 tahun, berjumlah 125 orang. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah teknik *random sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif dengan alat ukur berupa skala perilaku konsumtif, skala intensitas penggunaan media sosial, dan skala konformitas kelompok. Analisis data dilakukan dengan analisis *non parametric correlation spearman rho* dengan bantuan *SSPS for Windows versi 2.3*. Berdasarkan analisis data antara variabel intensitas penggunaan media sosial dan variabel perilaku konsumtif diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,129 dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,007 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan ada hubungan positif yang sangat signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan perilaku konsumtif yang berarti semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Variabel konformitas kelompok dan variabel perilaku konsumtif diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,409 dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif yang berarti semakin tinggi konformitas kelompok seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Berdasarkan analisis data perhitungan statistik kategorisasi diperoleh hasil perilaku konsumtif tergolong rendah, Intensitas penggunaan media sosial tergolong sangat tinggi dan Konformitas kelompok tergolong sedang.

Kata kunci: Perilaku Konsumtif, Konformitas Kelompok, Intensitas Penggunaan Media Sosial

RELATIONSHIP OF INTENSITY OF USE OF SOCIAL MEDIA AND GROUP CONFORMITY WITH CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN THE END OF ADOLESCENT

Laksmi Budi Rinjani¹, Dra. Juliani Prasetyaningrum, M.Si²
rindarinjani@gmail.com¹, yp111@ums.ac.id²
Faculty of Psychology Muhammadiyah University of Surakarta

Abstract

This study aims to determine the relationship between the intensity of social media use and consumptive behavior in late adolescents and to determine the relationship between group conformity and consumptive behavior in late adolescence. In the study, the intensity of social media use and group conformity are factors that influence late adolescence in consumptive behavior. The subjects in this study were active students at the Muhammadiyah University of Surakarta aged 18-21 years, according to 125 people. The sampling technique used was a random sampling technique. The method used in this study is quantitative with measuring instruments in the form of a consumptive scale of behavior, a scale of social media use, and a scale of group conformity. Data analysis was performed using Spearman rho non parametric correlation analysis with the help of SSPS for Windows version 2.3. Based on the data analysis between the intensity of social media use and the consumptive behavior variable, the coefficient of meaning value (r) is 0.129 with a significance value (p) of 0.007 ($p < 0.05$). These results indicate a very significant positive relationship between the intensity of social media use and consumptive behavior. Truth is positive truth, which means that the higher a person's social media behavior, the higher his consumptive behavior. Group conformity variables and consumptive behavior variables obtained a value without value (r) of 0.409 with a significance value (p) of 0.000 ($p < 0.05$). These results indicate a significant positive relationship between group conformity and consumptive behavior. The value is free from positive behavior, which means that the higher the conformity of a group, the higher the consumptive behavior.

Keywords: Consumptive Behavior, Group Conformity, Intensity of Use of Social Media