

Validasi Pengukuran Identitas Sosial Versi Indonesia Dengan Analisis Faktor Konfirmatori (CFA)

Ismail Alviano¹, Gazi Saloom²

^{1,2} Fakultas Psikologi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

Email: ¹ Ismail.Alviano17@uinjkt.ac.id, ² gazi@uinjkt.ac.id

Artikel Info	ABSTRACT
<p>Riwayat Artikel: Penyerahan 2022-11-30 Revisi 2022-12-01 Diterima 2022-12-05</p> <p>Keyword: Social identity; sense of belonging; Positive Attitude</p>	<p><i>Social identity has big impact to attitude and behavior in daily life. How to measure the impact of social identity toward attitude and behavior is scarce issue that has been written. This study aims to test the validity of the social identity scale measuring instrument developed by Feitosa et al., (2012) and adapted by Fauzi & Rahmani (2018) and eventually adopted and adapted again by the writers. Validating this instrument was done by the process of the quantitative method This measuring instrument has 18 items that measure three dimensions, namely categorization, sense of belonging, and positive attitude. This study obtained 258 respondents. The test method used is confirmatory factor analysis (CFA) assisted by LISREL 8.70 software. The results showed that all items were declared valid and could be used in research that uses Indonesian people as subjects.</i></p>
ABSTRAK	Kata Kunci
<p>Identitas sosial berpengaruh besar terhadap sikap dan perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari. Bagaimana mengukur pengaruh identitas sosial terhadap sikap perilaku belum banyak ditulis oleh peneliti dalam bidang perilaku. Penelitian ini bertujuan untuk menguji validitas dari alat ukur <i>social identity scale</i> yang dikembangkan oleh Feitosa et al., (2012) dan diadaptasi oleh Fauzi & Rahmani (2018). Alat ukur ini memiliki 18 item yang mengukur tiga dimensi yaitu <i>kategorisasi, rasa memiliki, dan sikap positif</i>. Pada penelitian ini diperoleh 258 responden. Metode pengujian yang digunakan yaitu <i>confirmatory factor analysis</i> (CFA) dengan dibantu oleh <i>software LISREL 8.70</i>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid dan dapat digunakan pada penelitian dengan populasi dan subyek masyarakat perkotaan Indonesia.</p>	<p>Identitas Sosial; Rasa Memiliki; Sikap Positif</p>
<p>Korespondensi:</p> <p>Gazi Saloom UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Email: gazi@uinjkt.ac.id</p>	<p>Copyright (c) Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi</p>

LATAR BELAKANG

Identitas diri dalam bentuk Kartu Tanda Penduduk (KTP) digunakan untuk berbagai keperluan dalam kehidupan sehari-hari. Identitas diri merupakan alat pengenalan yang bisa digunakan untuk mengurus dokumen dan lain sebagainya. Tanpa memiliki identitas diri dalam bentuk KTP maka urusan apapun akan mendapatkan kendala. Bagaimana dengan identitas sosial?

Identitas sosial sangat penting dalam kehidupan pribadi dan sosial seseorang. Sebab, identitas sosial dapat membentuk citra-pribadi dan kebanggaan seseorang terhadap dirinya dan kelompoknya (Stangor & Leary, 2006). Oleh karena itu, pengaruh identifikasi kelompok terhadap aspek psikologi seseorang tidak diragukan. Semakin kuat identifikasi seseorang kepada kelompok semakin kuat pengaruh nilai kelompok terhadap pribadi (Gneezy et al., 2012). Sejumlah ahli, misalnya Brown dkk menyebutkan bahwa identitas sosial menekankan nilai positif atau negatif dari keanggotaan seseorang dalam suatu kelompok. Dengan kata lain, identitas individu yang tampil dalam interaksi sosial dapat memberi pengaruh positif atau negatif. (Brown, Rupert & Gaertner, 2003)

Penelitian terkait pengaruh positif dan pengaruh negatif terhadap perilaku manusia telah banyak dilakukan di Indonesia, misalnya Koyong (2016) meneliti hubungan identitas sosial dengan kematangan beragama di Tanah Toraja. Disimpulkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara identitas sosial dan kematangan beragama (Koyong, 2016). Puteri (2013) juga meneliti tentang pengaruh identitas sosial terhadap perilaku agresi supporter sepak bola di Samarinda. Puteri menyimpulkan bahwa identitas sosial yang tinggi justru menurunkan agresi pada supporter sepak bola (Putri, 2013). Dengan kata lain, identitas sosial berpengaruh negatif terhadap kecenderungan kekerasan pada supporter bola.

Dalam dunia politik praktis, politik identitas didengungkan sebagai kecenderungan yang membahayakan demokrasi padahal tidak serta-merta merusak sendi-sendi demokrasi yang menjadi pilar keutuhan berbangsa dan bernegara, jika dilakukan dengan syarat dan ketentuan. Atau dilakukan dengan mengedepankan identitas yang paling tinggi dalam suatu negara yaitu politik identitas kebangsaan atau keindonesiaan (Suherman et al., 2020).

Saat perhelatan pemilihan gubernur DKI Jakarta tahun 2018, Anis Baswedan dituduh oleh para lawan politiknya sebagai pemenang pilgub yang menggunakan isu politik identitas sebagai cara untuk meraih kemenangan. Umumnya penilaian penggunaan politik identitas didasarkan atas asumsi dan fakta karena seorang tokoh politik didukung oleh kelompok komunitas keagamaan. Misalnya, saat pilgub DKI 2018 karena Anis didukung sejumlah ormas Islam terutama Front Pembela Islam dan kaum agamawan pada umumnya (Suherman et al., 2020).

Di sisi lawan, para pendukung Anis memberikan pembelaan diri dan sekaligus perlawanan dengan menegaskan bahwa para pendukung Ahok dan bahkan Ahok sendiri justru yang pertama kali menggunakan strategi politik identitas dalam pilgub DKI. Umumnya tuduhan itu didasarkan oleh pengutipan kitab suci Al-Quran yang dalam pandangan para pendukung Anis digunakan secara salah oleh Ahok dan tim pemenangannya. Walhasil, setiap kelompok memainkan isu identitas dalam rangka meraih kemenangan dalam perhelatan memilih pemimpin DKI Jakarta (Suherman et al., 2020).

Poin pentingnya adalah bahwa identitas sosial menjadi isu dan masalah yang menarik dalam kehidupan sosial manusia. Oleh karena menarik maka pertanyaannya bagaimana mengetahui identifikasi seseorang terhadap kelompok sosial tertentu? Apa alat ukur yang bisa digunakan untuk mengukur identifikasi sosial seseorang?

Saloom merangkum pendapat beberapa ahli dan menyatakan identitas sosial merupakan jembatan yang menghubungkan individu dengan kelompok. Melalui definisi individu sebagai kelompok pengaruh sosial dapat terjadi dan sistem keyakinan sosial membentuk apa yang kita pikirkan, perhatikan, dan kerjakan. Jika seseorang ingin memahami seseorang dalam kelompok maka pahami nilai kelompok dari orang tersebut, sebaliknya jika ingin memahami sebuah kelompok maka pahami individu dalam kelompok tersebut (A. S. Haslam, 2004; Saloom, 2014)

Artikel riset tentang pengembangan skala identitas sosial di Indonesia telah dilakukan oleh sedikit penulis, misalnya di antara mereka adalah Christiany Suwartono dan Clara Moningka (2017). Kedua penulis ini mengembangkan skala identitas sosial dalam level bangsa yaitu bangsa Indonesia. Alat ukur

yang dikembangkan Suwartono dan Moningga menggunakan empat dimensi identitas sosial yaitu Keanggotaan, Pribadi, Publik, dan Identitas.

Skala identitas sosial yang dikembangkan Suwartono dan Moningga (2017) menjadi salah satu sumbangan dalam pengukuran identitas sosial pada tingkat bangsa, tetapi skala identitas pada unit sosial yang lebih rendah tetap diperlukan. Oleh karena itu, pengembangan dan pengujian skala identitas sosial yang dikembangkan dan divalidasi penulis tentu saja dapat memperkaya literatur terkait skala identitas sosial dalam konteks masyarakat dan budaya Indonesia

METODE PENELITIAN

Untuk menguji validitas alat ukur *social identity scale* yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *confirmatory factor analysis* (CFA) dengan bantuan *software LISREL 8.70*. Logika yang digunakan dalam CFA ini diungkapkan oleh Jahja Umar dalam berbagai kuliah psikometri dan statistika yang disampaikan di ruang kuliah atau forum seminar ilmiah yang kemudian dikumpulkan dalam buku khusus (Umar, 2020):

1. Bahwa terdapat sebuah traits atau konsep berupa kemampuan yang didefinisikan secara operasional sehingga dapat disusun pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk mengukurnya. Kemampuan ini disebut faktor, sedangkan pengukuran pada faktor ini dilakukan melalui analisis terhadap respon atas item-item yang ada.
2. Diteorikan setiap item hanya mengukur satu faktor saja, begitu pula setiap subtes hanya mengukur satu faktor saja. Ini artinya baik item ataupun subtes merupakan unidimensional.
3. Dengan data yang tersedia dapat digunakan untuk mengestimasi matrix korelasi antar item yang seharusnya diperoleh apabila memang berbentuk unidimensional. Matrix korelasi ini disebut sigma (Σ), kemudian dibandingkan

dengan matrix data empiris yang disebut dengan matrix S . jika teori tersebut benar (unidimensional), maka tentunya tidak ada perbedaan antara matrix Σ dan matrix S , artinya bisa dikatakan bahwa $\Sigma - S = 0$.

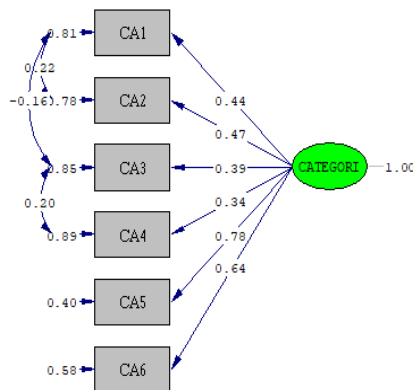
4. Pernyataan tersebut dijadikan hipotesis nihil yang kemudian di uji dengan chi square. Apabila nilai chi square tersebut tidak signifikan $p > 0.05$, maka hipotesis nihil tersebut “tidak ditolak”. Artinya teori unidimensional tersebut dapat diterima bahwa item ataupun subtes instrumen hanya mengukur satu faktor saja.
5. Jika model fit, maka langkah selanjutnya menguji apakah item signifikan atau tidak mengukur apa yang hendak diukur dengan melihat nilai t-value. Apabila t-value tidak signifikan maka item tersebut tidak signifikan dalam mengukur apa yang hendak diukur, bila perlu item yang demikian di-drop dan sebaliknya. Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan tarap kepercayaan 95% sehingga item yang dikatakan signifikan adalah item yang memiliki t-value lebih dari 1,96 ($t > 1,96$).
6. Terakhir, apabila dari hasil CFA terdapat item yang koefisien muatan faktornya negatif, maka item tersebut harus di-drop. Sebab hal ini tidak sesuai dengan sifat item yang bersifat positif (favorable).

HASIL PENELITIAN

Berikut adalah hasil dari pengujian validitas konstruk pada dimensi-dimensi *social identity scale*, sebagai berikut:

1. Categorization

Hasil analisis CFA di awal yang dilakukan dengan satu faktor, didapatkan model tidak fit, dengan Chi-Square= 50.62, df=9, P-value=0,00000, RMSEA=0,134. Oleh karena itu peneliti melakukan modifikasi terhadap model, di mana kesalahan pengukuran pada item dibebaskan berkorelasi satu sama lain. Setelah dilakukan modifikasi sebanyak tiga kali, maka diperoleh model fit dengan Chi-Square=8,38, df=6, P-value= 0,21185, RMSEA= 0,039.

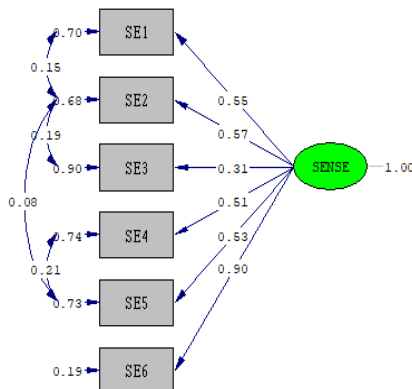


Chi-Square=8.38, df=6, P-value=0.21185, RMSEA=0.039

2. *Sense of Belonging*

Hasil analisis CFA di awal yang dilakukan dengan satu faktor, didapatkan model tidak fit, dengan Chi-Square= 38.10, df=9, P-value=0,00002, RMSEA=0,112. Oleh karena itu peneliti melakukan modifikasi terhadap model,

di mana kesalahan pengukuran pada item dibebaskan berkorelasi satu sama lain. Setelah dilakukan modifikasi sebanyak empat kali, maka diperoleh model fit dengan Chi-Square=1.89, df= 5, P-value= 0.86364, RMSEA= 0,000.

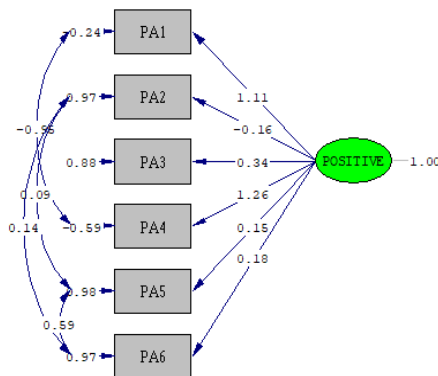


Chi-Square=1.89, df=5, P-value=0.86364, RMSEA=0.000

3. *Positive Attitude*

Hasil analisis CFA di awal yang dilakukan dengan satu faktor, didapatkan model tidak fit, dengan Chi-Square= 118.06, df=9, P-value=0,00000, RMSEA=0,217. Oleh karena itu peneliti melakukan modifikasi terhadap model,

di mana kesalahan pengukuran pada item dibebaskan berkorelasi satu sama lain. Setelah dilakukan modifikasi sebanyak empat kali, maka diperoleh model fit dengan Chi-Square=2.99, df= 5, P-value= 0.70078, RMSEA= 0,000.



Chi-Square=2.99, df=5, P-value=0.70078, RMSEA=0.000

Tabel 1. Cetak biru alat ukur identitas sosial

Dimensi	Indikator	Favarable	Unfavorable	Jumlah
Categorization	Menganggap diri bagian dari kelompok	1, 2, 3, 5, 6	-	6
	Menggap pencapaian pribadi sebagai pencapaian kelompok	4	-	
Sense of Belonging	Merasa terlibat dalam masalah kelompok	7, 10, 11	-	6
	Penilaian terhadap kelompok dianggap penilaian terhadap pribadi	8, 9, 12	-	
Positive Attitude	Senang menjadi bagian dari kelompok	13, 15, 16,	18	6
	Bangga terhadap kelompok	-	14, 17	
Jumlah				18

Tabel 2 Muatan faktor item dimensi categorization

No.	Koefisien	Standar Error	Nilai T	Signifikan
Item 1	0.44	0.07	6.14	V
Item 2	0.47	0.07	6.67	V
Item 3	0.39	0.07	5.44	V
Item 4	0.34	0.07	4.74	V
Item 5	0.78	0.07	11.17	V
Item 6	0.64	0.07	9.47	V

Tabel 3 Muatan faktor item dimensi sense of belonging

No.	Koefisien	Standar Error	Nilai T	Signifikan
Item 1	0.55	0.07	8.29	V
Item 2	0.57	0.07	8.51	V
Item 3	0.31	0.07	4.64	V
Item 4	0.51	0.07	7.71	V
Item 5	0.53	0.07	7.89	V
Item 6	0.90	0.07	13.09	V

Tabel 4 Muatan faktor item dimensi Positive Attitude

No.	Koefisien	Standar Error	Nilai T	Signifikan
Item 1	1.11	0.34	3.24	V
Item 2	-0.16	0.07	-2.33	V
Item 3	0.34	0.12	2.89	V
Item 4	1.26	0.38	3.31	V
Item 5	0.15	0.07	2.23	V
Item 6	0.18	0.08	2.43	V

Diketahui bahwa semua item pada variabel identitas sosial memiliki nilai $t > 1.96$ yang artinya 18 item tersebut dinyatakan signifikan dan dapat digunakan untuk menganalisis korelasi antar variabel dalam penelitian. Disebutkan pula bahwa hasil pengujian alat ukur dari *social identity scale* dengan menggunakan metode *confirmatory factor analysis* (CFA) menunjukkan bahwa seluruh item yang terdapat di setiap dimensi bernilai valid dan

bersifat unidimensional. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai $t > 1.96$.

Dengan demikian, alat ukur identitas sosial ini bisa digunakan untuk mengukur sejauhmana tingkat identifikasi sosial individu sampel masyarakat Indonesia dengan tingkat validitas dan realibilitas yang baik. Penggunaan alat ukur identitas sosial pada sampel dan populasi di luar masyarakat Jakarta mungkin harus didahului dengan proses

adaptasi sesuai dengan situasi dan kondisi setempat.

Alat ukur ini bisa digunakan untuk konteks masyarakat Indonesia dengan karakteristik mereka yang tinggal di kota besar karena sejatinya alat ukur ini digunakan oleh masyarakat Jakarta. Tentu saja, kemungkinan untuk menggunakan alat ukur identitas sosial pada populasi masyarakat kota kabupaten atau kota kecamatan tetap ada. Berikut adalah item-item alat ukur identitas sosial yang digunakan dalam artikel penelitian ini.

1. Saya melihat diri saya sebagai anggota kelompok yang telah saya ikuti
2. Kelompok saya mencerminkan siapa diri saya
3. Saya lebih suka melihat anggota kelompok saya memiliki perbedaan dengan orang-orang dari kelompok lain
4. Keberhasilan kelompok adalah keberhasilan saya
5. Menjadi bagian kelompok merupakan hal yang penting bagi gambaran diri saya
6. Saya berperilaku seperti orang yang ada di dalam kelompok saya
7. Saya merasa terlibat dengan apa yang terjadi pada kelompok saya
8. Saya merasa mendapat kritik ketika seseorang mengkritik kelompok saya
9. Saya merasa malu jika kelompok saya dikritik oleh media
10. Saya sangat tertarik dengan apa yang orang lain pikirkan tentang kelompok saya
11. Kegagalan kelompok adalah kegagalan saya
12. Saya merasa mendapat pujian ketika seseorang memuji kelompok saya
13. Menjadi salah satu dari anggota kelompok membuat saya senang
14. Kelompok saya memiliki sedikit hal yang dapat dibanggakan
15. Ada banyak orang dikelompok ini yang saya sukai secara individu
16. Saya merasa nyaman ketika berpikir bahwa saya menjadi bagian dari kelompok ini
17. Saya tidak terlalu menghormati kelompok saya
18. Saya merasa kurang nyaman berada dalam kelompok

PEMBAHASAN

Dasar teoritis pengembangan alat ukur yang paling awal yang juga menjadi inspirasi dalam pengembangan alat ukur ini adalah teori identitas sosial yang digagas oleh Tajfel (1978). Dijelaskan oleh Tajfel bahwa identitas sosial adalah pengetahuan dan kesadaran individu bahwa sesungguhnya setiap individu memiliki kelompok sosial tertentu di mana bersama-sama dengan anggota lain tercipta makna emosional dan nilai individu yang dihasilkan dari keanggotaan kelompok. Teorisasi Tajfel banyak dikembangkan oleh para peneliti setelahnya, di antaranya adalah Feitosa (2012) yang mengembangkan alat ukur dengan beberapa dimensi tertentu (Feitosa et al., 2012; Tajfel, 1978). Teori Feitosa ini menjadi rujukan utama pengembangan alat ukur identitas sosial versi bahasa Indonesia ini.

Identitas sosial menurut Feitosa et al., (2012) terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu: Pertama, *kategorisasi yang* merujuk kepada pengetahuan tentang keanggotaan seseorang di dalam sebuah kelompok. Dalam konstruk identitas sosial, kategorisasi berperan sangat penting karena sangat berfungsi dalam menentukan secara kognitif bagaimana individu melihat dirinya sebagai bagian dari in-group dan pada saat yang sama melihat orang lain sebagai bagian dari outgroup.

Kedua, *sense of Belonging atau rasa memiliki*, yaitu sejauh mana individu merasa menjadi bagian dari kelompok, berkomitmen untuk melindungi kelompok, dan yang paling utama adalah memiliki rasa kepemilikan. Identitas sosial yang melekat pada individu membuatnya memiliki tanggungjawab untuk menjaga dan memajukan kelompok.

Pengaruh sense of belonging terhadap perilaku tertentu, misalnya kesuksesan dalam kerja dan pendidikan telah diteliti oleh sejumlah peneliti, lihat Haslam dkk, (2019) atau Henderson dkk (2007) (S. A. Haslam et al., 2009; Henderson, 2007). Umumnya para peneliti menemukan bahwa sense of belonging menjadi modal psikologis untuk mencapai capaian tertentu.

Ketiga, *positive Attitude* atau sikap positif yaitu sikap anggota kelompok berdasarkan pada nilai keanggotaan tertentu terhadap kehidupan individu dan kelompok. Dimensi sikap positif ini yang menjelaskan mengapa anggota kelompok

cenderung menilai positif apapun yang dilakukan kelompok walaupun dalam pandangan publik hal itu negatif atau tidak memiliki nilai positif sama sekali (Gucciardi & Jones, 2012).

Teori Identitas Sosial dan Pengukurannya

Teori identitas sosial adalah salah satu teori mutakhir di bidang psikologi sosial (Feitosa et al., 2012; Leach et al., 2010). Teori ini masuk dalam kelompok teori yang menekankan kuatnya pengaruh kelompok terhadap dinamika psikologi manusia. Sebagaimana umum diketahui bahwa dalam literatur psikologi sosial, ada dua arus utama teori psikologi sosial, yaitu kumpulan teori yang berbasis individu atau dikenal dengan sebutan *psychological social psychology* dan kumpulan teori yang berbasis kelompok atau dikenal dengan sebutan *sociological social psychology* (Brewer & Brown, 1998). Teori psikologi sosial yang berbasis pada individu sangat menekankan aspek interpersonal sedang psikologi sosial yang berbasis pada kelompok sangat menekankan aspek hubungan antarkelompok. Teori identitas sosial ini merupakan sumbangan utama teori mainstream kedua yang banyak dipakai oleh para peneliti dan ahli di bidang perilaku sosial dalam menjelaskan nilai dan emosi kelompok terhadap dinamika pribadi yang menjadi anggota suatu kelompok.

Teori identitas sosial pada mulanya dikembangkan oleh dua orang pakar psikologi sosial yaitu Henry Tajfel dan John Turner pada tahun 1970-an dan 1980-an sebagai cara untuk menjelaskan perilaku kelompok. Teori ini membahas isu dan fenomena *ingroup dan outgroup* serta kesalahfahaman pandangan bahwa identitas terbentuk melalui proses perbedaan yang didefinisikan secara relatif atau fleksibel, tergantung pada aktivitas di mana seseorang terlibat (Luhtanen & Crocker, 1992; Oakes & Turner, 1980).

Teori identitas sosial digambarkan sebagai suatu teori yang memprediksi perilaku kelompok tertentu berdasarkan persepsi terhadap perbedaan status kelompok, persepsi terhadap legitimasi dan stabilitas status itu serta persepsi terhadap kemampuan untuk berpindah dari satu kelompok ke kelompok lain (Ellemers & Haslam, 2012; Tomlinson, 2014).

Terdapat banyak pengukuran terkait identifikasi sosial, di antaranya adalah *Social Identity Scale* yang dikembangkan oleh Feitosa et al., (2012). Alat ukur identitas sosial ini telah dipakai oleh

banyak peneliti di berbagai fakultas psikologi di Indonesia, di antaranya oleh Fauzi dan Rahmani yang kemudian melakukan untuk penelitian skripsi di Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hasil penelitian skripsi ini kemudian dipublikasi di Jurnal Tazkiya dan tentu saja telah tersebar ke seluruh penjuru Indonesia, bahkan mungkin dunia. Alat ukur ini kemudian diadaptasi lagi oleh Ismail untuk keperluan penelitiannya terkait prasangka masyarakat terhadap kelompok unik yang dikenal dengan kelompok Punk.

Peneliti memilih menggunakan alat ukur berbasis teori identitas sosial dengan dimensi yang dikembangkan Feitosa et al., (2012) juga tetapi dengan item yang dikembangkan sendiri yang berbeda dengan apa yang telah dikembangkan oleh Fauzi dan Rahmani (2018). Mengapa penulis memilih konstruksi identitas sosial dengan dimensi-dimensi yang dikembangkan oleh Fetizoa dkk (2012)? Tentu saja ada alasan yang rasional dan argumentatif kenapa dipilih, yaitu karena alat ukur ini mengintegrasikan teori identitas sosial dari yang unidimensional seperti *group identification scale* (Kelly, 1999), dua faktor seperti kognitif dan afektif (Stets & Burke, 2000), tiga faktor seperti *centrality, ingroup affect, dan ingroup ties* (Cameron 2004), empat faktor seperti *perception intergroup context, attraction to the intergroup, interdependency belief, dan depersonalization* (Jakson & Smith, 1999), dan tujuh faktor seperti *self categorization, evaluation, importance, attachment and social of interdependent, social embeddedness, behavioral involvement, dan content and meaning* (Ashmore et al., 2004).

Alat ukur ini memiliki 18 item untuk tiga dimensi yaitu *categorization, sense of belonging, dan positive attitude*. Instrumen pengukuran menggunakan bentuk skala model likert dengan pilihan empat respon skala, yaitu SS (sangat sesuai), S (sesuai), TS (tidak sesuai), dan STS (sangat tidak sesuai), tanpa ada pilihan netra. Pilihan empat respon skala ini dimaksudkan untuk menghindari kemungkinan berkumpulnya responden pada titik netral

KESIMPULAN

Penyusunan alat ukur identitas sosial ini dilakukan sebenarnya melalui proses yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Secara kualitatif, alat ukur ini dimulai dari pemilihan konstruk, pemilihan dasar teori, penyusunan item-item yang dilakukan melalui

proses penerjemahan dan perbandingan dengan alat ukur sebelumnya, telaah pakar dan berakhir dengan analisis statistik dengan menggunakan teknik analisis CFA dengan bantuan aplikasi Lisrel.

Alat ukur yang dikembangkan oleh tim penulis ini bisa dikatakan berkontribusi terhadap pengembangan alat ukur identitas sosial dan tentu saja menggenapkan sejumlah alat ukur identitas sosial yang telah dikembangkan peneliti lainnya seperti Suwartono dan Moningga (2017) atau Fauzi dan Rahmani (2018). Suwartono dan Moningga (2017) menekankan pada identitas kebangsaan dengan teori yang tentu saja berbeda dengan alat ukur identitas yang dikembangkan tim penulis. Sementara itu, Fauzi dan Rahmani (2018) walaupun menggunakan teori yang sama tetapi dipastikan pemahaman dan penghayatan terhadap teori tidak sama, termasuk dalam proses penyusunan alat ukur sehingga diyakini tidak akan sama. Walhasil, alat ukur identitas sosial dalam artikel ini akan memperkaya khazanah literatur dalam bidang pengukuran psikologi terutama ilmu psikologi sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, Rupert e Gaertner, S. L. (2003). Intergroup processes. *Group*, 560. <https://doi.org/10.4135/9781412952392.n170>
- Fauzi, H., & Rahmani, I. S. (2018). Pengaruh Kepribadian Right Wing Auhtoritarian Personality, Religious Orientation Dan Identitas Sosial Terhadap Prasangka Agama Pada Mahasiswa. *Tazkiya Journal of Psychology*, 22(1), 41–52. <http://doi.org/10.15408/tazkiya.v22i1.8158>
- Feitosa, J., Salas, E., & Salazar, M. R. (2012). Social Identity: Clarifying its Dimensions across Cultures. *Psychological Topics*, 21. Brewer, M. B., & Brown, R. J. (1998). Intergroup relations. In *The Handbook of Social Psychology* (Vol. 2, pp. 554–594). <http://search.epnet.com/login.aspx?direct=true&AuthType=cookie,ip,url,uid&db=psych&an=1998-07091-029>
- Brown, Rupert e Gaertner, S. L. (2003). Intergroup processes. *Group*, 560. <https://doi.org/10.4135/9781412952392.n170>
- Ellemers, N., & Haslam, S. A. (2012). Social identity theory. In *Handbook of Theories of Social Psychology*. <https://doi.org/10.4135/9781446249222.n45>
- Feitosa, J., Salas, E., & Salazar, M. R. (2012). Social identity: Clarifying its dimensions across cultures. *Psihologijske Teme*, 21(3), 527–548.
- Gneezy, A., Gneezy, U., Riener, G., & Nelson, L. D. (2012). Pay-what-you-want, identity, and self-signaling in markets. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. <https://doi.org/10.1073/pnas.1120893109>
- Gucciardi, D. F., & Jones, M. I. (2012). *Beyond Optimal Performance: Mental Toughness Profiles and Developmental Success in Adolescent Cricketers*. 16–36.
- Haslam, A. S. (2004). The Social Identity Approach. In *Psychology in Organizations*. <https://doi.org/10.1026//0932-4089.45.3.166>
- Haslam, S. A., Jetten, J., Postmes, T., & Haslam, C. (2009). Social identity, health and well-being: An emerging agenda for applied psychology. *Applied Psychology*, 58(1), 1–23. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2008.00379.x>
- Henderson, E. E. (2007). Faculty perceptions of and responses to academic dishonesty: An analysis from an ethical perspective. *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities and Social Sciences*.
- Koyong, J. H. (2016). Hubungan Identitas Sosial dengan Kematangan Beragama Pada Masyarakat Suku Toraja. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(4). <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i4.4246>
- Leach, C. W., Mosquera, P. M. R., Vliek, M. L. W., & Hirt, E. (2010). Group Devaluation and Group Identification. *Journal of Social Issues*. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2010.01661.x>
- Luhtanen, R., & Crocker, J. (1992). A Collective Self-Esteem Scale: Self-Evaluation of One's Social Identity. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 18(3), 302–317. <https://doi.org/10.1177/0146165292383193>
- Oakes, P. J., & Turner, J. C. (1980). Social categorization and intergroup behaviour: Does minimal intergroup discrimination make social identity more positive? *European Journal of Social Psychology*, 10(3), 295–301. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420100307>
- Putri, K. R. A. (2013). Hubungan Antara Identitas Sosial dan Konformitas dengan Perilaku Agresi pada Suporter Sepakbola Persibam

- Putra Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(3).
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i3.3324>
- Saloom, G. (2014). MENINGGALKAN JALAN TEROR: *Dialog*, 37(1).
<https://doi.org/10.47655/dialog.v37i1.59>
- Stangor, C., & Leary, S. P. (2006). Intergroup Beliefs: Investigations From the Social Side. *Advances in Experimental Social Psychology*, 38(06), 243–281. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(06\)38005-7](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(06)38005-7)
- Suherman, A., Putra, M. R. A., & Mansur. (2020). *Identity Politic Contestation in the Public Sphere: A Steep Road of Democracy in Indonesia*.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.046>
- Tomlinson, A. (2014). *Behavioral Scientist*. 46(11), 1577–1587.
<https://doi.org/10.1177/0002764203252820>
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2006). *Social Psychology 12th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Umar, J., & Nisa, Y. F. (2020). Uji validitas konstruk dengan CFA dan pelaporannya. *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia*, 9(2), 1–11.