BLUEPRINT SKALA

A. *Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif

NO	ASPEK PERILAKU KONSUMTIF	<i>FAVORABLE</i>		<i>UNFAVORABLE</i>	
1.	<p>Pembelian Impulsif. Ialah perilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa pertimbangan dan biasanya bersifat emosional.</p>	1.	Ketika melihat barang yang sedang <i>trend</i> , saya merasa harus segera membelinya	5.	Saat banyak barang baru di <i>posting</i> di media sosial, saya tidak harus segera membelinya
		9.	Jika saya benar-benar suka pada suatu barang, saya tidak begitu menghiraukan harga dari barang tersebut	13.	Meskipun ada barang terbaru yang sangat saya suka, saya akan memenuhi kebutuhan wajib saya terlebih dahulu
		17.	Bila melihat barang yang unik dan <i>design</i> nya bagus, saya tidak begitu menghiraukan apakah barang tersebut benar-benar saya butuhkan atau tidak	21.	Saat melihat barang yang unik dan <i>design</i> nya bagus, saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu apakah barang tersebut benar-benar saya butuhkan atau tidak
		25.	Saya membeli barang hanya karena ingin memiliki saja	29.	Sebelum membeli suatu barang, saya harus berpikir panjang terlebih dahulu
2.	<p>Pemborosan. Didefinisikan sebagai perilaku menghamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.</p>	2.	Saya suka membeli barang yang sedang menjadi <i>trend</i> terutama yang berhubungan dengan BTS	6.	Saya tidak mau membeli barang yang sama, yang sudah saya miliki sebelumnya
		10.	Saya merasa ketinggalan jaman jika belum bisa membeli barang seperti yang dimiliki teman-teman saya	14.	Meskipun saya begitu menyukai suatu barang yang terbaru, saya tetap tidak akan membeli jika harga barang tersebut cukup mahal
		18.	Saya memiliki keinginan yang sangat besar untuk membeli barang	22.	Saya tidak tertarik untuk membeli barang terbaru yang di <i>posting</i> di media sosial

			terbaru, yang di <i>posting</i> di media sosial		
		26.	Saya suka membeli barang <i>limited edition</i>	30.	Saya tidak tertarik membeli barang <i>limited edition</i>
3.	<p>Mencari Kesenangan. Perilaku ini berkaitan dengan narsistik, ingin mencari kesenangan dengan melakukan pembelian dan keinginan eksis dalam kelompoknya.</p>	3.	Saya merasa senang jika dapat memiliki barang dengan <i>packaging</i> yang lucu, yang di <i>posting</i> di media sosial	7.	Saya tidak merasa khawatir jika teman saya yang lebih dulu memiliki barang yang saya inginkan
		11.	Saya senang membeli barang hanya untuk menambah koleksi pribadi saya	15.	Saya merasa khawatir uang saya akan habis jika saya membeli barang yang hanya untuk sekedar koleksi
		19.	Bila teman-teman saya membeli barang terbaru, saya juga harus membeli agar terlihat kompak	23.	Saya merasa khawatir uang saya akan habis jika saya membeli barang yang hanya untuk sekedar koleksi
		27.	Saya senang berbelanja <i>Korean Stuff</i>	31.	Saya sering merasa menyesal setelah berbelanja
4.	<p>Mencari Kepuasan. Perilaku konsumtif salah satunya didasari oleh adanya keinginan untuk selalu lebih dari yang lain, selalu ada ketidakpuasan dan usaha untuk mendapat pengakuan dari yang lain dan biasanya diikuti rasa bersaing yang tinggi.</p>	4.	Saya selalu ingin memiliki barang terbaru dan tidak ingin kalah dari teman-teman saya	8.	Meskipun telah dimiliki banyak orang, saya tetap akan membeli barang yang saya inginkan
		12.	Saya merasa bangga bila hanya saya yang dapat memiliki barang terbaru diantara teman-teman saya	16.	Saya sudah cukup puas dengan barang-barang yang saya punya, walaupun saya tidak menjadi pusat perhatian
		20.	Saya merasa bangga bila hanya saya yang dapat memiliki barang terbaru diantara teman-teman saya	24.	Saya tidak merasa wajib memiliki barang yang dapat membuat saya tampil beda dari teman-teman saya
		28.	Saya gemar berburu barang-barang yang jarang dimiliki oleh orang lain	32.	Saya tidak merasa wajib membeli barang yang digunakan oleh idola saya

B. Blueprint Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

NO	ASPEK INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL	<i>FAVORABLE</i>		<i>UNFAVORABLE</i>	
1.	Perhatian. Merupakan ketertarikan individu terhadap objek tertentu yang menjadikan target perilaku.	1.	Saya melupakan tugas ketika sudah menggunakan media sosial	5.	Saya mudah bosan saat sedang mengakses media sosial
		9.	Saya tidak bisa melakukan kegiatan lain saat sedang menggunakan media sosial	13.	Saya tidak begitu menikmati media sosial saat menggunakannya
		17.	Saya tidak suka diganggu saat sedang mengakses media sosial	21.	Saya bisa mengerjakan tugas sambil mengakses media sosial
		25.	Apapun kondisinya, saya menyempatkan untuk menggunakan media sosial	29.	Mengakses media sosial bukanlah hal yang menarik bagi saya
2.	Penghayatan. Merupakan pemahaman dan penyerapan terhadap informasi sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan.	2.	Saya suka mengikuti informasi yang saya lihat di media sosial	6.	Saya tidak mudah terpengaruh hal atau informasi yang berasal dari media sosial
		10.	Beberapa hal yang sedang menjadi trend di media sosial saya praktekan dalam kehidupan saya sehari-hari	14.	Saya tidak begitu mengikuti informasi yang ada di media sosial
		18.	Saya mudah terpengaruh informasi yang saya baca di media sosial	22.	Iklan-iklan di media sosial tidak begitu menarik bagi saya
		26.	Barang-barang yang saya gunakan kebanyakan berasal dari iklan yang saya temui di media sosial	30.	Saya tidak mengikuti apa yang menjadi <i>trend</i> di media sosial
3.	Durasi. Merupakan kebutuhan individu dalam selang waktu tertentu untuk melakukan perilaku yang menjadi target	3.	Dalam sehari saya menghabiskan waktu lebih dari 3 jam untuk mengakses media sosial terutama yang	7.	Saya mengakses media sosial kurang dari 2 jam dalam sehari

	(lamanya selang waktu dalam satuan jam).		berhubungan dengan idola		
		11.	Saya tidak membatasi diri dalam mengakses media sosial, sehingga dalam satu kali akses saya dapat menghabiskan waktu hingga 15 menit	15.	Dalam sekali akses, saya membatasi waktu penggunaan media sosial yaitu maksimal 5 menit
		19.	Dalam seminggu, saya dapat menghabiskan waktu sekitar 20 jam untuk mengakses media sosial	23.	Saya hanya memerlukan waktu kurang dari delapan jam untuk mengakses media sosial dalam seminggu
		27.	Saat sedang senggang, saya dapat menghabiskan waktu 25 menit untuk mengakses media sosial	31.	Meskipun memiliki waktu senggang, saya lebih baik melakukan aktivitas lainnya daripada menghabiskan waktu hanya untuk mengakses media sosial
4.	Frekuensi. Merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target (dalam kurun waktu satu hari).	4.	Saya mengakses media sosial setiap hari	8.	Saya mengakses media sosial hanya ketika waktu senggang saja
		12.	Dalam sehari, saya mengakses media sosial lebih dari 5 kali	16.	Saya membatasi diri untuk mengakses media sosial
		20.	Saat senggang, saya dapat menghabiskan waktu 20 menit untuk mengakses media sosial	24.	Saya mengakses media sosial hanya sekali dalam sehari
		28.	Dalam seminggu, saya mengakses media sosial lebih dari 10 kali	32.	Saya mengakses media sosial kurang dari 5 kali dalam seminggu

C. *Blueprint* Skala Fanatisme

NO	ASPEK FANATISME	<i>FAVORABLE</i>		<i>UNFAVORABLE</i>	
1.	<p>Besarnya suatu minat dan kecintaan pada satu jenis kegiatan. Memiliki makna sebagai intensitas atau tingkatan kecenderungan individu berkaitan dalam menunjukkan usahanya pada suatu kegiatan tau hal-hal yang dicintainya.</p>	1.	Saya mengikuti fandom BTS di Samarinda karena saya mencintai BTS	5.	Saya tidak mencintai BTS karena saya bukan pendukung setia BTS
		9.	Saya sangat mencintai BTS	13.	Selain BTS, saya juga mencintai idola lainnya
		17.	Saya lebih mengutamakan BTS daripada hal lainnya	21.	Saya lebih mendahulukan pendidikan atau pekerjaan saya daripada menonton BTS
		25.	Saya rela begadang demi menonton BTS	29.	Saya tidak hafal lagu-lagu ataupun <i>member</i> dari BTS
2.	<p>Sikap Pribadi Maupun Kelompok Terhadap Kegiatan Tersebut. Merupakan landasan individu untuk memulai atau memotivasi diri dalam melakukan suatu kegiatan yang dicintainya.</p>	2.	Saya marah jika ada yang menghina <i>member</i> BTS	6.	Saya tidak peduli, jika ada yang menghina <i>member</i> BTS
		10.	Saya sedih jika BTS kalah dalam acara <i>award</i> bergengsi	14.	Saya tidak <i>vote</i> BTS dalam acara <i>award</i> bergengsi
		18.	Saya mengoleksi semua pernak-pernik atau atribut BTS	22.	Saya tidak suka membeli pernak-pernik atau atribut BTS
		26.	Saya sangat antusias saat BTS <i>comeback</i>	30.	Saya tidak <i>update</i> informasi-informasi mengenai BTS
3.	<p>Lamanya Individu Menekuni Satu Jenis Kegiatan. Merupakan seberapa sering intensitas individu memberikan waktunya untuk melakukan kegiatan yang ada pada suatu hal yang dicintainya.</p>	3.	Saya tetap mendukung BTS dan tidak akan berpindah ke idola yang lain	7.	Saya berpikiran berpindah <i>fandom</i> saat BTS vakum
		11.	Menurut saya BTS adalah <i>boyband</i> yang terbaik	15.	Saya juga penggemar idola lain selain BTS
		19.	Saya menikmati penampilan BTS setiap hari di media sosial	23.	Menjadi <i>fandom</i> BTS mengganggu pendidikan atau pekerjaan saya
		27.	Saya sudah mengidolakan BTS sejak saya SMA	31.	Saya belum satu tahun mengidolakan BTS

4.	Motivasi yang Datang dari Keluarga. Motivasi yang didapat oleh individu dapat berasal dari dalam diri sendiri maupun dari luar individu.	4.	Keluarga saya mendukung saya menjadi <i>fandom</i> BTS	8.	Keluarga tidak suka saya ikut dalam kegiatan <i>fandom</i> BTS
		12.	Keluarga saya tidak melarang saya untuk menonton BTS baik melalui media sosial maupun secara langsung	16.	Keluarga saya tidak setuju jika saya membeli tiket konser BTS
		20.	Saya dan keluarga saya sama-sama menyukai BTS	24.	Saya dan keluarga sering berkelahi karena keluarga tidak suka dengan K-Pop
		28.	Keluarga saya membelikan pernak-pernik atau atribut BTS sesuai dengan yang saya inginkan	32.	Keluarga saya marah karena saya membeli pernak-pernik atau atribut BTS