

**HUBUNGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DENGAN KONFORMITAS PADA  
KOMUNITAS VESPA KAMPUS MALANG**

**SKRIPSI**



Oleh :

M. Aqiel Alfansyah  
20040110303

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2025**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**HUBUNGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DENGAN**  
**KONFORMITAS PADA KOMUNITAS VESPA KAMPUS MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada :

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Disusun Oleh :

M. Aqiel Alfansyah  
200401110303

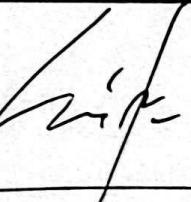
**FAKULTAS PSIKOLOGI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**HUBUNGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DENGAN**  
**KONFORMITAS PADA KOMUNITAS VESPA KAMPUS MALANG**  
**SKRIPSI**

oleh :

M. Aqiel Alfansyah  
20040110303

Dosen Pembimbing	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
Dosen Pembimbing I  <u>Dr. Hj. Siti Mahmudah, M.Si</u> NIP : 196710291994032001		30 September 2025
Dosen Pembimbing II  <u>Ermita Zakiyah, M.Th.I</u> NIP : 198701312019032007		1 Oktober 2025

Malang, Oktober 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi



DR. Fina Hidayati, M.Si.

NIP: 198610092015032002

## LEMBAR PENGESAHAN

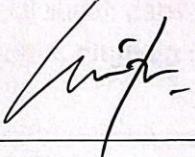
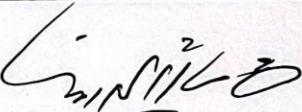
### HUBUNGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DENGAN KONFORMITAS PADA KOMUNITAS VESPA KAMPUS MALANG SKRIPSI

oleh :

M. Aqiel Alfansyah  
20040110303

Telah diujikan dan dinyatakan LULUS oleh Dewan Penguji Skripsi dalam Majlis Sidang  
Skripsi Pada tanggal 2 Desember 2025

#### DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Dosen Penguji	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
Sekretaris Ujian  <u>Ermita Zakiyah, M.Th.I</u> NIP : 198701312019032007		2 Desember 2025
Ketua Penguji  <u>Dr. Hj. Siti Mahmudah, M.Si</u> NIP : 196710291994032001		2 Desember 2025
Penguji Utama  <u>Muhammad Jamaluddin, M.Si</u> NIP : 198011082008011007		3 Desember 2025

Disahkan oleh  
Dekan,



Dr. Hj. Siti Mahmudah, M.Si.  
NIP 196710291994032001

## **NOTA DINAS**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Psikologi  
UIN Maulana Malik Ibrahim  
Malang

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah Skripsi berjudul :

### **HUBUNGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DENGAN KONFORMITAS PADA KOMUNITAS VESPA KAMPUS MALANG**

Yang ditulis

Nama : M. Aqiel Alfansyah

NIM : 200401110303

Program Studi : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam Sidang Ujian Skripsi.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Malang, 30 September 2025  
Dosen Pembimbing I,



Dr. Hj. Siti Mahmudah, M.Si  
NIP : 196710291994032001

## **NOTA DINAS**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Psikologi  
UIN Maulana Malik Ibrahim  
Malang

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah Skripsi berjudul :

### **HUBUNGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DENGAN KONFORMITAS PADA KOMUNITAS VESPA KAMPUS MALANG**

Yang ditulis

Nama : M. Aqiel Alfansyah

NIM : 200401110303

Program Studi : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam Sidang Ujian Skripsi.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*

Malang, 1 Oktober 2025

Dosen Pembimbing II,



Ermita Zakiyah, M.Th.I

NIP : 198701312019032007

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertannda tangan dibawah ini ;

Nama : M. Aqiel Alfansyah

NIM : 200401110303

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim

Menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan dan serahkan dengan judul "**Hubungan Komunikasi Interpersonal Dengan Konformitas Pada Komunitas Vespa Kampus Malang**" adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan duplikasi atau plagiarisme dari karya orang lain, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan simbernya. Apabila di kemudian hari ada klaim dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak fakultas psikoogi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, dan apabila pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku

Malang, 30 September 2024

Penulis



M. Aqiel Alfansyah

NIM 200401110303

## **SURAT UJI KETERBACAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Aqiel Alfansyah

NIM : 200401110303

Menyatakan bahwa saya telah melakukan uji keterbacaan terhadap instrumen penelitian yang terdiri dari lampiran variabel X (Komunikasi Interpersonal) dan variabel Y (Konformitas) yang disusun oleh:

Nama Mahasiswa : M. Aqiel Alfansyah

NIM : 200401110303

Program Studi : Psikologi

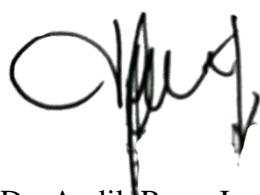
Judul Penelitian : Hubungan Komunikasi Interpersonal dengan Konformitas pada Komunitas Vespa di Kampus Malang

Saya menyatakan bahwa instrumen tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian, dengan catatan bahwa semua item pernyataan telah jelas, mudah dipahami, dan sesuai dengan kaidah psikologi sosial. Instrumen ini telah melalui tahap penyesuaian berdasarkan masukan awal dan direkomendasikan untuk digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

Demikian surat uji keterbacaan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, September 2025

Expert Judgment



Dr. Andik Rony Irawan, M. Si.  
NIP 197311221999031003

## **MOTTO**

*“Berjalan tak seperti rencana adalah jalan yang sudah biasa  
Dan jalan satu-satunya adalah jalani sebaik yang kau bisa”*

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji dan rasa syukur yang amat mendalam atas karunia dan anugerah-Nya, skripsi ini

dipersembahkan teruntuk :

1. Ibunda tercinta, Ummi Hanik yang telah mendidik serta berusaha memberikan berbagai macam kasih sayang, doa-doa malamnya, pengertiannya, serta mengajarkan arti dan makna kesabaran.
2. Ayahanda terbaik, Saifullah yang sudah mengerahkan seluruh tenaga, pikiran dan waktunya untuk memberikan ekonomi dan jenjang pendidikan yang terbaik bagi peneliti
3. Adikku, Aisyah Qurotul Aini, yang sudah memberikan kelengkapan hidup serta selalu memberikan dukungan penuh dengan caranya sendiri
4. Keluarga besar Bani Said dan Bani Abd Basyid di desa Besuk Agung kec. Besuk dan di desa Kajen, kec. Kotaanyar. Yang turut merawat saya dari kecil hingga saya tumbuh besar dan dapat berkuliah sampai sekarang jasa kalian akan saya kenal sampai nanti.
5. Almamater tercinta, Uin Malang, terima kasih sudah memberikan kesempatan dan pengalaman berharga atas ilmu yang didapat selama masa perkuliahan, semoga dengan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berguna di masa mendatang.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, tanpa keterlibatan-Nya mustahil skripsi dengan judul "Hubungan antara Komunikasi Interpersonal dengan Konformitas pada Komunitas Vespa Kampus Malang" ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam semoga senantiasa tertuntun kepada baginda Muhammad SAW. Karya ilmiah ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa adanya kontribusi dari pihak yang terlibat, maka dengan segala kerendahan hati yang mendalam, peneliti mengucapkan terima kasih seingi-tingginya kepada :

1. Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M. Si., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Dr. Siti Mahmudah, M. Si., selaku Dekan Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Siti Mahmudah, M. Si. dan Ermita Zakiyah,M.Th.I, selaku dosen pembimbing yang telah menuntun, memotivasi, dan membagikan pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
4. Dewan penguji yang telah memberikan masukan-masukan sehingga melengkapi penelitian ini
5. Segenap Civitas Akademika Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang sudah memberikan ilmu, informasi, dan arahan selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua yang selalu mendukung dalam kondisi apapun sehingga dapat menuntaskan kewajiban peneliti sebagai mahasiswa
7. Seluruh teman-teman yang tidak bisa disebut satu persatu baik di lingkungan kampus maupun luar kampus yang bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk menemani dan membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS .....	iv
SURAT PERNYATAAN .....	vi
SURAT UJI KETERBACAAN .....	vii
MOTTO .....	viii
PERSEMBERAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.    Latar Belakang .....	1
B.    Rumusan Masalah .....	7
C.    Tujuan Penelitian.....	8
D.    Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORI .....	10
A.    Komunikasi Interpersonal .....	10
1.    Pengertian Komunikasi Interpersonal .....	10
2.    Aspek-aspek komunikasi interpersonal .....	13
3.    Faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal .....	15
4.    Komunikasi interpersonal dalam perspektif psikologi & Islam .....	17
B.    Konformitas.....	19
1.    Pengertian Konformitas.....	19
2.    Aspek-aspek Konformitas .....	22
3.    Faktor-faktor Yang Memengaruhi Konformitas.....	23
4.    Konformitas Dalam Perspektif Psikologi & Islam .....	25
C.    Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Dan Konformitas .....	27
D.    Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN .....	29
A.    Jenis Penelitian .....	29

B.	Identifikasi Variabel Penelitian .....	30
C.	Definisi Operasional.....	30
D.	Populasi & Sampel.....	31
E.	Instrumen Penelitian.....	32
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
G.	Metode Analisis Data .....	39
	<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
A.	Gambaran Umum Komunitas.....	42
B.	Pelaksanaan Penelitian .....	43
C.	Hasil & Pembahasan .....	45
	<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>55</b>
A.	Kesimpulan.....	55
B.	Saran.....	56
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Analisis Surah Al-Ahzab Ayat 70-71 .....	18
Tabel 2. 2 Analisis Surah Al-Hujarat Ayat 10.....	26
Tabel 3. 1 Kategorisasi skor instrumen.....	33
Tabel 3. 2 Blueprint skala komunikasi interpersonal.....	34
Tabel 3. 3 Blueprint Konformitas .....	35
Tabel 3. 4 Uji Validitas Konformitas.....	37
Tabel 3. 5 Uji Validitas Komunikasi Interpersonal .....	38
Tabel 3. 6 Uji Reabilitas .....	39
Tabel 3. 7 Kategorisasi Analisis Deskriptif .....	41
Tabel 4. 1 Hasil Uji Normalitas .....	45
Tabel 4. 2 Hasil Uji Linearitas .....	46
Tabel 4. 3 Hasil analisis Deskriptif.....	47
Tabel 4. 4 Kategorisasi Komunikasi Interpersonal.....	47
Tabel 4. 5 Kategorisasi Konformitas .....	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Hipotesis.....	48

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Kopdar di Jl. Veteran .....	4
Gambar 1. 2 Momen berkumpul sebelum mengadakan sahur on the road.....	4
Gambar 1. 3 Kerangka Konsepttual.....	28

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Skala Komunikasi Interpersonal .....	62
Lampiran 2 Skala Konformitas.....	63
Lampiran 3 Uji Reabilitas.....	64
Lampiran 4 Uji Validitas .....	65
Lampiran 5 Uji Asumsi.....	67
Lampiran 6 Analisis Deskriptif.....	68
Lampiran 7 Skala Komunikasi Interpersonal .....	70
Lampiran 8 Skala Konformitas.....	71

## **ABSTRAK**

Alfansyah, M. Aqiel. 2004011110303. Psikologi 2025. Hubungan Komunikasi Interpersonal Dengan Konformitas Pada Komunitas Vespa Kampus Malang.

Dosen Pembimbing : Dr. Hj. Siti Mahmudah, M.Si & Ermita Zakiyah,M.Th.I

---

### **Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Konformitas, Komunitas Vespa Kampus Malang**

Komunikasi interpersonal dan konformitas merupakan dua aspek penting dalam dinamika kelompok sosial, khususnya dalam komunitas hobi seperti komunitas Vespa. Komunikasi interpersonal yang efektif dapat mempengaruhi tingkat konformitas anggota terhadap norma dan nilai kelompok. Komunitas Vespa sebagai kelompok sosial informal memiliki karakteristik unik dengan ikatan emosional yang kuat antaranggota, sehingga menarik untuk dikaji dari perspektif psikologi sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara komunikasi interpersonal dan konformitas pada anggota komunitas Vespa kampus Malang. Masalah yang dikaji adalah sejauh mana komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap pembentukan perilaku konformitas dalam komunitas tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional yang melibatkan 30 responden anggota komunitas Vespa kampus Malang. Instrumen penelitian diukur menggunakan skala yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya dengan Cronbach's Alpha, menunjukkan reliabilitas tinggi sebesar 0,761 untuk komunikasi interpersonal dan 0,754 untuk konformitas.

Hasil analisis menunjukkan tingkat konformitas berkategori sedang hingga tinggi ( $mean = 56,5$ ;  $SD = 6,972$ ) dengan pengaruh sosial informasional sebagai dimensi dominan. Komunikasi interpersonal juga menunjukkan kategori sedang hingga tinggi ( $mean = 49,9$ ;  $SD = 3,315$ ) dengan sikap positif sebagai aspek tertinggi. Analisis regresi mengungkapkan pengaruh positif dan signifikan komunikasi interpersonal terhadap konformitas dengan koefisien regresi 0,773 dan nilai signifikansi 0,046 ( $p < 0,05$ ), menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif dapat meningkatkan perilaku konformitas anggota komunitas Vespa.

## **ABSTRACT**

Alfansyah, M. Aqiel. 2004011110303. Psikologi 2025. Interpersonal Communication And Conformity Among Members Of The Vespa Community At Malang Campus.

Supervisor: Dr. Hj. Siti Mahmudah, M.Si & Ermita Zakiyah,M.Th.I

---

**Keywords:** **Interpersonal Communication, Conformity, Vespa Community of Malang Campus**

Interpersonal communication and conformity are two important aspects in social group dynamics, particularly in hobbyist communities such as Vespa communities. Effective interpersonal communication can influence members' level of conformity to group norms and values. Vespa communities as informal social groups have unique characteristics with strong emotional bonds among members, making them interesting to study from a social psychology perspective.

This study aims to analyze the relationship between interpersonal communication and conformity among members of the Vespa community at Malang campus. The problem examined is the extent to which interpersonal communication influences the formation of conformity behavior within the community.

The research employs a quantitative method with a correlational approach involving 30 respondents from the Vespa community at Malang campus. Research instruments were measured using scales that have been tested for validity and reliability with Cronbach's Alpha, showing high reliability of 0.863 for interpersonal communication and 0.891 for conformity.

The analysis results show conformity levels in moderate to high categories (mean = 56.5; SD = 6.972) with informational social influence as the dominant dimension. Interpersonal communication also shows moderate to high categories (mean = 49.9; SD = 3.315) with positive attitude as the highest aspect. Regression analysis reveals a significant positive influence of interpersonal communication on conformity with a regression coefficient of 0.773 and significance value of 0.046 ( $p < 0.05$ ), indicating that effective interpersonal communication can enhance conformity behavior among Vespa community members..

## مستخلص البحث

الفنية، م. عقيل. 2004011110303. علم النفس 2025. التواصل بين الأشخاص والتواافق بين أعضاء مجتمع فيسبا في M.Th.I ، إرميتس زكية & M.Si ، الحرم الجامعي مالانج .المشرف :دكتور حاج بستي محمودة

### الكلمات المفتاحية :الاتصال الشخصي، التوافق، مجتمع فيسبا، التماسك، التأثير الاجتماعي

لتواصل الشخصي والتواافق مما جانبان مهمان في ديناميكيات المجموعة الاجتماعية، خاصة في مجتمعات الهوايات مثل مجتمعات فيسبا. يمكن للتواصل الشخصي الفعال أن يؤثر على مستوى توافق الأعضاء مع معايير وقيم المجموعة. مجتمعات فيسبا كمجتمعات اجتماعية غير رسمية لها خصائص فريدة مع روابط عاطفية قوية بين الأعضاء، مما يجعلها مثيرة للاهتمام للدراسة من منظور علم النفس الاجتماعي.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين التواصل الشخصي والتواافق بين أعضاء مجتمع فيسبا في حرم مالانج الجامعي. المشكلة المدروسة هي مدى تأثير التواصل الشخصي على تكوين سلوك التوافق داخل المجتمع.

تستخدم الدراسة منهجاً كميّاً مع نهج ارتباطي يشمل 30 مستجباً من مجتمع فيسبا في حرم مالانج الجامعي. تم قياس أدوات البحث باستخدام مقاييس تم اختبار صحتها وموثوقيتها بألفا كرونباخ، مما أظهر موثوقية عالية بنسبة 0.863 للتواصل الشخصي و 0.891 للتواافق.

تظهر نتائج التحليل مستويات التوافق في فئات متوسطة إلى عالية (المتوسط = 56.5؛ الانحراف المعياري = 6.972) مع التأثير الاجتماعي المعلوماتي كالبعد المهيمن. يظهر التواصل الشخصي أيضاً فئات متوسطة إلى عالية (المتوسط = 49.9؛ الانحراف المعياري = 3.315) مع الموقف الإيجابي كأعلى جانب. يكشف تحليل الانحدار عن تأثير إيجابي ذي دلالة إحصائية للتواصل الشخصي على التوافق بمعامل انحدار 0.773 وقيمة دلالة 0.046 ( $\text{ص} < 0.05$ )، مما يشير إلى أن التواصل الشخصي الفعال يمكن أن يعزز سلوك التوافق بين أعضاء مجتمع فيسبا

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Manusia adalah makhluk yang tidak dapat hidup tanpa bersosial, manusia selalu membutuhkan satu sama lain agar dapat memenuhi kebutuhan lainnya. Secara Psikologi, Manusia melewati perkembangan interaksi yang relatif menyesuaikan melalui jenjang umurnya (Maryati,2021). Oleh karena itu, Manusia mempergunakan komunikasi sebagai alat untuk bersosial dengan manusia lainnya dan sebagai jembatan untuk mencapai tujuan tertentu. Sebagai makhluk sosial, komunikasi menjadi peranan penting untuk menjalin hubungan. Hal tersebut dikarenakan komunikasi merupakan pengantar bagi terjadinya komunikasi dalam hubungan untuk berkomunitas.

Komunikasi dilihat dari jenis komunikasi dibedakan menjadi tiga kategori yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok kecil, dan komunikasi publik (Effendi, 1993). Komunikasi interpersonal merupakan suatu bentuk interaksi yang melibatkan pertukaran informasi, perasaan, dan pemikiran antara dua individu atau lebih, yang sering kali berdampak pada pengambilan keputusan, pemahaman, dan perilaku sosial (DeVito, 2013). Dalam suatu kelompok atau komunitas, komunikasi interpersonal berperan penting dalam menciptakan kesepahaman, membentuk ikatan antar anggota, serta mendorong terciptanya kesamaan perilaku dan sikap di antara mereka. Pentingnya komunikasi interpersonal dalam komunitas telah banyak dikaji, terutama dalam kaitannya dengan konformitas, yaitu kecenderungan individu untuk menyesuaikan sikap, keyakinan, atau tindakan mereka dengan norma-norma yang berlaku dalam kelompok (Myers, 2016).

Komunikasi interpersonal terjadi ketika dua atau lebih orang berbicara satu sama lain secara langsung. Pengirim bisa memberikan pesan secara langsung, dan penerima

bisa menerima serta merespons pesan tersebut langsung (Cangara, 2010). Menurut West & Turner (2008), komunikasi interpersonal, yang juga disebut komunikasi antarpribadi, adalah jenis komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang. Komunikasi interpersonal adalah bentuk komunikasi di mana seseorang berbicara dengan orang lain. Hal ini dilakukan oleh individu untuk saling bertukar pandangan dan pendapat (Hanani, 2017).

Pada banyak kasus, komunikasi interpersonal memfasilitasi terjadinya konformitas melalui proses penanaman nilai dan norma kelompok yang ditransmisikan oleh anggota lama kepada anggota baru atau melalui interaksi sosial yang terjadi dalam kelompok. Menurut Festinger (1954), konformitas dalam suatu kelompok dapat terjadi melalui pengaruh sosial yang ditransmisikan secara langsung maupun tidak langsung, di mana anggota kelompok cenderung menyesuaikan perilaku mereka agar sesuai dengan ekspektasi sosial di dalam kelompok tersebut. Konformitas sering kali terjadi karena kebutuhan individu untuk diterima dan menjadi bagian dari kelompok, serta menghindari konflik dengan anggota lainnya (Kassin, Fein, & Markus, 2017). Dalam konteks ini, komunikasi interpersonal menjadi mekanisme utama yang memperkuat interaksi dan keterikatan emosional antar anggota, yang pada akhirnya meningkatkan konformitas individu terhadap norma kelompok.

Fenomena konformitas dalam kelompok dan komunitas merujuk pada kecenderungan individu untuk menyesuaikan sikap, keyakinan, atau perilaku mereka dengan norma-norma yang ada dalam kelompok tertentu. Konformitas dapat muncul sebagai respons terhadap tekanan sosial, baik secara eksplisit (langsung) maupun implisit (tidak langsung). Dalam banyak kasus, konformitas ini didorong oleh kebutuhan untuk diterima secara sosial, untuk menjaga keharmonisan dalam kelompok, atau karena keyakinan bahwa norma kelompok mencerminkan perilaku yang benar (Myers, 2016).

Di komunitas vespa kampus Malang, komunikasi interpersonal dapat berfungsi sebagai jembatan untuk membangun hubungan yang harmonis antar anggota. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi interpersonal yang baik dapat meningkatkan konformitas positif di antara individu, yang berarti bahwa individu lebih cenderung menyesuaikan perilaku dan sikap mereka untuk sejalan dengan norma kelompok (Diyanti & Awalya, 2022).

Penelitian ini mengambil fokus pada hubungan antara komunikasi interpersonal dan konformitas dalam komunitas Vespa Kampus Malang, sebuah komunitas yang dikenal memiliki ikatan yang kuat dan identitas kolektif yang menonjol di antara para anggotanya. Sebagai contoh pada saat bulan suci Ramadhan, tidak akan terjadinya acara *Sahur on the road* bila tidak ada komunikasi didalamnya, acara tersebut telah diselenggarakan kedua kalinya dan tahun ini merupakan tahun kedua.

Komunitas ini bukan hanya sekadar kelompok dengan minat yang sama terhadap kendaraan klasik, tetapi juga memiliki struktur sosial yang memperkuat hubungan antar anggota melalui berbagai kegiatan bersama, seperti touring, acara pertemuan, hingga kegiatan sosial. Komunikasi interpersonal memainkan peran krusial dalam menjaga dan memperkuat ikatan antar anggota komunitas. Melalui komunikasi ini, anggota baru belajar tentang norma dan nilai yang dijunjung oleh komunitas, baik secara eksplisit melalui arahan langsung maupun secara implisit melalui pengamatan perilaku anggota lain.

Komunitas Vespa di Malang telah menjadi fenomena sosial yang mengakar sejak berdirinya Malang Vespa Club (MALVES) pada tahun 1994. Sebagai salah satu komunitas tertua di Jawa Timur, MALVES tidak hanya berfokus pada hobi otomotif, tetapi juga membangun identitas kolektif melalui motto "Satu Vespa Sejuta Saudara". Namun, dalam dekade terakhir, muncul subkelompok baru bernama Vespa Kampus

Malang yang terdiri dari mahasiswa usia 18–29 tahun. Komunitas ini menghadapi dinamika unik akibat perbedaan generasi (Generasi Z) dan pengaruh teknologi digital pada pola komunikasi.

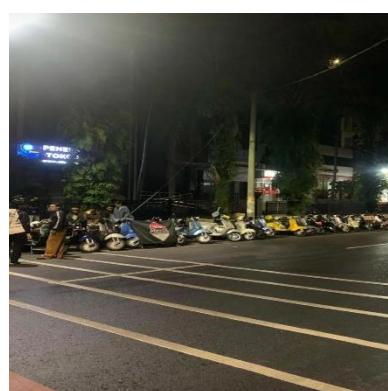
Meski tetap mengadakan kopdar tatap muka setiap Jumat malam di Simpang Balapan, beberapa anggota Vespa Kampus Malang mengaku lebih aktif berkomunikasi via Instagram atau WhatsApp Group. Observasi awal menunjukkan adanya ketimpangan partisipasi dengan anggota yang jarang hadir kopdar fisik cenderung mengalami eksklusi simbolik, seperti tidak diikutsertakan dalam pengambilan keputusan touring. Fenomena ini berpotensi memicu konformitas semu (compliance) di mana anggota mengikuti keputusan kelompok tanpa keterlibatan emosional.

Berdasarkan kutipan wawancara dari salah satu penggerak komunitas vespa kampus malang, dalam beberapa kesempatan peneliti menanyakan perihal awal pembentukan komunitas tersebut, kemudian beliau menyimpulkan dengan narasi sebagai berikut :

*“Sebenarnya komunitas Vespa kampus Malang ini terbentuk secara organik sekitar tiga tahun yang lalu. Awalnya hanya dari beberapa mahasiswa yang sama-sama pecinta Vespa dan sering berkumpul di area kampus. Dari pertemuan-pertemuan informal itu, kami mengadakan kegiatan amal pada saat bulan Ramadhan yakni ‘sahur on the road’, Tujuan kami adalah tidak hanya sekadar berkumpul dan mengendarai Vespa, tetapi juga membangun ikatan emosional yang kuat antaranggota, saling mendukung, dan menciptakan nilai-nilai positif dalam komunitas.”* (Rabu, 12 November 2025)



Gambar 1. 1  
Kopdar di Jl. Veteran



Gambar 1. 2  
Kegiatan amal sahur on the road

Studi Reynaldi (2018) tentang tema fantasi dalam komunitas Malang Vespa mengidentifikasi simbol-simbol seperti "Onderdil" dan "Amunisi" sebagai perekat komunikasi. Namun, penelitian ini tidak mengkaji bagaimana media digital-yang mendominasi interaksi generasi Z-mempengaruhi kedalaman komunikasi interpersonal dan derajat konformitas.

Hubungan antar anggota sangat dipengaruhi oleh interaksi interpersonal yang intensif. Interaksi ini tidak hanya membentuk identitas kelompok tetapi juga menciptakan norma-norma perilaku yang diikuti oleh seluruh anggota. Misalnya, penggunaan atribut tertentu, partisipasi dalam touring bersama, dan keterlibatan dalam kegiatan sosial yang menjadi ciri khas komunitas Vespa, dapat menjadi bentuk konformitas yang muncul dari komunikasi interpersonal yang intensif antar anggota. Hogg dan Vaughan (2010) menyebutkan bahwa intensitas komunikasi interpersonal dalam suatu kelompok dapat memperkuat pengaruh sosial yang ada, sehingga individu lebih mudah menyesuaikan diri dengan norma kelompok untuk mendapatkan penerimaan dari sesama anggota.

Penelitian ini berfokus pada hubungan antara komunikasi interpersonal dan konformitas dalam komunitas Vespa di Malang, yang dikenal sebagai salah satu komunitas motor klasik dengan identitas yang khas dan ikatan sosial yang kuat. Komunitas Vespa di Malang, seperti halnya komunitas hobi lainnya, tidak hanya sekadar menjadi ruang berkumpul bagi individu yang memiliki ketertarikan serupa, tetapi juga membentuk dan mempertahankan norma sosial yang mendorong konformitas anggotanya.

Komunikasi interpersonal memiliki peran yang signifikan dalam menjaga kohesi sosial di antara anggota komunitas. Menurut DeVito (2013), komunikasi interpersonal mencakup pertukaran pesan yang terjadi secara dua arah dan dipenuhi dengan unsur

empati, kedekatan, dan saling pengertian. Komunikasi ini menjadi fondasi dalam membangun hubungan yang lebih dalam dan memfasilitasi proses internalisasi nilai serta norma kelompok. Dalam komunitas Vespa, komunikasi interpersonal sering terjadi dalam bentuk diskusi kelompok, interaksi tatap muka di pertemuan, serta komunikasi informal di antara anggota. Interaksi ini berfungsi sebagai media di mana nilai, tradisi, dan harapan kelompok ditransmisikan dan dipelihara. Hal ini sejalan dengan pandangan Myers (2016) yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif dapat memperkuat kesadaran kelompok dan mendorong anggota untuk menyesuaikan diri dengan norma yang berlaku.

Konformitas dalam konteks komunitas ini merujuk pada penyesuaian perilaku atau sikap individu dengan standar kelompok (Kassin, Fein, & Markus, 2017). Individu cenderung mematuhi norma kelompok untuk diterima dan diakui oleh anggota lain. Dalam komunitas Vespa, konformitas dapat terlihat dari penggunaan aksesoris dan modifikasi kendaraan yang mirip, serta keikutsertaan dalam kegiatan komunitas seperti touring dan acara sosial. Festinger (1954) mengemukakan bahwa tekanan kelompok menjadi faktor pendorong konformitas, di mana anggota yang tidak mengikuti norma dapat merasa terasing atau kurang dihargai.

Hubungan antara komunikasi interpersonal dan konformitas dalam komunitas Vespa di Malang dapat dilihat sebagai interaksi timbal balik. Komunikasi interpersonal yang kuat memfasilitasi penyebaran dan penguatan norma kelompok, sedangkan konformitas membantu memastikan bahwa komunikasi tetap berjalan dalam kerangka yang mendukung harmoni kelompok. Jones dan Volpe (2011) mencatat bahwa komunikasi yang efektif di antara anggota kelompok dapat meningkatkan kepercayaan dan rasa solidaritas, yang pada gilirannya memperkuat konformitas. Proses ini menciptakan lingkungan di mana anggota tidak hanya merasa perlu untuk menyesuaikan

diri, tetapi juga merasa bangga menjadi bagian dari kelompok dengan identitas kolektif yang kuat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana komunikasi interpersonal berperan dalam memperkuat konformitas di komunitas Vespa Malang. Pemahaman tentang dinamika ini penting karena membantu menjelaskan bagaimana komunitas dengan identitas kuat dapat mempertahankan norma dan tradisinya di tengah perbedaan individu. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan bagi komunitas sejenis untuk lebih memahami mekanisme yang mengikat anggotanya dan memastikan kelangsungan ikatan sosial mereka.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara komunikasi interpersonal dan konformitas dalam komunitas yang memiliki identitas kolektif kuat, seperti komunitas motor klasik (Jones & Volpe, 2011).

Penelitian ini juga relevan untuk mengisi kekosongan studi yang selama ini lebih banyak mengkaji komunitas Vespa secara umum atau pada kelompok usia dewasa, sementara komunitas kampus dengan karakteristik generasi Z belum banyak diteliti. Pendekatan yang mengintegrasikan komunikasi interpersonal dan konformitas dalam komunitas Vespa kampus di Malang memberikan kontribusi baru dalam pengembangan teori komunikasi kelompok dan sosial di era digital

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti masalah “Hubungan Komunikasi Interpersonal Dengan Konformitas Pada Komunitas Vespa Kampus Malang” dengan segala dinamika komunikasi interpersonal dalam komunitas berbasis hobi di lingkungan kampus, terutama pada generasi muda.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut;

1. Bagaimana tingkat komunikasi interpersonal pada komunitas vespa malang?
2. Bagaimana tingkat konformitas pada komunitas vespa malang?
3. Apakah terdapat hubungan komunikasi interpersonal dengan konformitas pada anggota komunitas vespa malang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian sebagai berikut;

1. Untuk mengetahui tingkat komunikasi interpersonal pada komunitas vespa kampus malang
2. Untuk mengetahui tingkat konformitas pada komunitas vespa kampus malang.
3. Untuk mengetahui tingkat hubungan komunikasi interpersonal dengan konformitas

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian tentang “Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Dan Konformitas Pada Anggota Komunitas Vespa Kampus Malang” dapat dilihat dari beberapa aspek

1. Manfaat Teoretis: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian di bidang psikologi sosial, khususnya terkait komunikasi interpersonal dan konformitas dalam kelompok sosial. Temuan-temuan penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang bagaimana proses komunikasi di dalam komunitas memengaruhi tingkat keseragaman sikap dan perilaku individu.
2. Manfaat Praktis: Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi para pemimpin komunitas, fasilitator kelompok, atau organisasi serupa untuk lebih memahami pentingnya komunikasi interpersonal yang efektif dalam membangun kohesi dan mengelola dinamika kelompok. Hal ini penting untuk menciptakan

lingkungan yang mendukung, di mana anggota merasa dihargai dan termotivasi untuk mengikuti norma-norma kelompok secara sukarela.

3. Manfaat Sosial: Penelitian ini dapat membantu komunitas dan organisasi lain untuk menyadari bagaimana konformitas dapat dipengaruhi oleh komunikasi. Dengan demikian, komunitas dapat mengoptimalkan strategi komunikasi untuk memperkuat identitas kelompok dan solidaritas, serta mencegah terjadinya tekanan kelompok yang bersifat negatif atau disfungsional.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Komunikasi Interpersonal**

##### **1. Pengertian Komunikasi Interpersonal**

Ada beberapa pengertian komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh para ahli komunikasi, diantaranya DeVito menyatakan: “*Interpersonal communication is defined as communication that takes place between two persons who have a clearly established relationship; the people are in some way connected.*” (DeVito, 1992:11).

Komunikasi interpersonal didefinisikan sebagai proses pertukaran informasi, perasaan, dan makna yang terjadi antara dua orang atau lebih yang berinteraksi langsung dan memiliki kedekatan. Menurut DeVito (2013), komunikasi interpersonal bukan hanya sekadar penyampaian pesan, tetapi juga melibatkan umpan balik dan respons emosional yang membangun keintiman dan kepercayaan antara individu. Komunikasi ini memainkan peran penting dalam menjalin hubungan yang memengaruhi bagaimana individu berinteraksi dalam kelompok sosial.

Jalaludin Rakhmat menyatakan bahwa jika dilihat dari psikologi komunikasi, pengertian komunikasi batin adalah pemrosesan informasi yang meliputi penginderaan, persepsi, ingatan, dan pikiran. Selanjutnya Jurgen Ruesch dan Gregory Bateson berpendapat bahwa komunikasi batin adalah bentuk khusus dari komunikasi interpersonal dan dialog adalah dasar dari semua pidato. Komunikasi batin termasuk berbicara kepada diri sendiri, membaca dalam hati, mengulangi apa yang telah Anda dengar, berbagai kegiatan pelengkap berbicara dan mendengar apa yang Anda pikirkan, membaca dan mendengarkan dapat meningkatkan konsentrasi dan mempertahankan.

Komunikasi interpersonal telah menjadi fokus kajian yang mendalam dalam bidang ilmu komunikasi dan psikologi sosial. Berbagai ahli komunikasi telah memberikan definisi dan perspektif yang beragam namun saling melengkapi mengenai konsep komunikasi interpersonal ini. Pemahaman yang komprehensif terhadap definisi-definisi tersebut sangat penting untuk membangun landasan teoretis yang kuat dalam memahami dinamika komunikasi antarindividu.

Joseph A. DeVito (2021) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai proses pertukaran pesan antara dua orang atau lebih secara verbal dan nonverbal untuk membangun makna, hubungan, dan pengaruh timbal balik. DeVito menegaskan pentingnya pertukaran pesan dua arah dan adanya umpan balik langsung dalam komunikasi interpersonal, sehingga komunikasi ini sangat efektif untuk membangun pemahaman bersama secara cepat. Perspektif DeVito menekankan bahwa komunikasi interpersonal bukan hanya sekedar penyampaian informasi, melainkan proses yang kompleks yang melibatkan pembentukan makna dan hubungan antarindividu.

West dan Turner (2008) memberikan definisi yang lebih sederhana namun tidak kalah penting, yaitu komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi merujuk pada komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang. Dalam perspektif West dan Turner, komunikasi dua arah selalu melibatkan timbal balik dari komunikasi kepada komunikator, supaya keberlangsungan komunikasi dapat tersampaikan dengan baik. Definisi ini menekankan aspek langsung dan interaktif dari komunikasi interpersonal yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya.

Deddy Mulyana (2010) memberikan nuansa yang berbeda dengan mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antarmanusia secara tatap muka yang memungkinkan pesertanya menangkap reaksi orang lain secara

langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Pendapat Mulyana menyoroti pentingnya interaksi tatap muka dan kemampuan menangkap reaksi secara langsung, sehingga komunikasi interpersonal sangat krusial dalam membangun hubungan yang erat dan saling memahami. Perspektif ini menegaskan bahwa kedekatan fisik dan kemampuan observasi langsung merupakan elemen penting dalam efektivitas komunikasi interpersonal.

Judy C. Pearson (2022) memberikan kontribusi yang lebih detail dengan menyebutkan enam karakteristik komunikasi interpersonal: dimulai dari diri sendiri, bersifat transaksional, menyangkut isi pesan dan hubungan, mensyaratkan kedekatan fisik, serta adanya umpan balik langsung. Pearson memberikan gambaran komprehensif mengenai karakteristik komunikasi interpersonal, menegaskan bahwa efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh kedekatan, hubungan, dan umpan balik yang terjadi dalam proses komunikasi tersebut.

Tubbs dan Moss (2008) mengambil pendekatan yang lebih berorientasi pada hasil dengan mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai proses komunikasi antara komunikan dan komunikator yang ditandai dengan saling pengertian, kesenangan, saling mempengaruhi, hubungan sosial yang baik, dan adanya tindakan nyata sebagai umpan balik. Tubbs dan Moss menyoroti hasil dari komunikasi interpersonal, yaitu terciptanya hubungan sosial yang harmonis, saling pengertian, dan adanya pengaruh timbal balik yang konstruktif. Perspektif ini menekankan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif akan menghasilkan dampak positif bagi semua pihak yang terlibat.

Kathleen S. Verderber (2015) memberikan definisi yang menekankan aspek kolaboratif dengan menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah proses terciptanya hubungan baik dengan orang lain, terlaksananya tanggung jawab secara

timbal balik dalam menciptakan arti atau makna bersama. Verderber menekankan pentingnya penciptaan makna bersama dan tanggung jawab timbal balik, sehingga komunikasi interpersonal menjadi fondasi utama dalam membangun hubungan yang sehat dan produktif. Definisi ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal bukan hanya tentang pertukaran informasi, tetapi juga tentang membangun tanggung jawab bersama dalam menciptakan pemahaman yang mutual.

Berdasarkan berbagai definisi dari para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses yang kompleks, dinamis, dan multidimensional yang melibatkan pertukaran pesan, pembentukan makna, pengembangan hubungan, dan penciptaan pengaruh timbal balik antarindividu. Keberagaman perspektif ini menunjukkan kekayaan konsep komunikasi interpersonal yang dapat dikaji dari berbagai sudut pandang, namun tetap memiliki inti yang sama yaitu pentingnya interaksi langsung, timbal balik, dan pembentukan hubungan yang bermakna antarindividu.

## **2. Aspek-aspek komunikasi interpersonal**

Menurut DeVito (2011), mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal memiliki aspek-aspek sebagai berikut:

a) Keterbukaan

Keterbukaan memengaruhi setidaknya tiga aspek dalam komunikasi antarpersonal. Pertama, seorang komunikator yang efektif dalam interaksi interpersonal harus bersikap terbuka terhadap lawan bicaranya. Ini tidak berarti bahwa seseorang harus langsung mengungkapkan seluruh riwayat hidupnya. Kedua, mengarah pada kemauan komunikator untuk merespons dengan jujur terhadap rangsangan yang ada. Orang yang pendiam, tidak analitis, dan kurang responsif umumnya adalah pembicaraan yang membosankan. Seseorang

menginginkan orang lain merespons secara jujur terhadap apa yang dikatakan.

Ketiga, memiliki perasaan dan pemikiran. Terbuka berarti seseorang mampu mengakui bahwa perasaan dan pemikiran yang diungkapkan berasal dari dirinya sendiri dan dapat dipertanggungjawabkan

b) Empati

Henry Bacrach dalam (DeVito, 2011) mendeskripsikan empati sebagai kemampuan individu untuk memahami apa yang dirasakan orang lain pada saat tertentu, dari perspektif orang tersebut. Bersimpati adalah merasakan kepedihan orang lain, sementara berempati adalah merasakan pengalaman serupa yang dialami oleh orang lain.

c) Sikap Mendukung

Hubungan interpersonal yang baik adalah hubungan di mana terdapat sikap yang mendukung (*supportiveness*). Artinya saling berinteraksi satu sama lain. memberikan dorongan terhadap informasi yang disampaikan.

d) Sikap Positif

Seseorang menunjukkan sikap yang baik dalam berkomunikasi. interpersonal dengan minimal dua metode, yaitu, pertama mengungkapkan sikap yang baik dan dengan cara yang positif memotivasi orang-orang yang menjadi sahabat berkomunikasi. Kedua emosi positif terkait situasi komunikasi sangat krusial untuk komunikasi yang efisien.

e) Kesetaraan

Komunikasi interpersonal akan lebih berhasil jika suasananya seimbang/setara. Artinya perlu ada pengakuan secara tersembunyi bahwa kedua pihak saling berharga dan berharga serta bahwa masing-masing pihak memiliki hal yang berharga untuk diberikan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek komunikasi interpersonal terdapat sikap terbuka, empati antar individu dalam berinteraksi serta berperilaku. sikap yang mendukung, perilaku yang positif dan kesetaraan yang efisien. Diantara lima aspek efektivitas tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya komunikasi yang terbuka akan bervariasi sesuai dengan lawan komunikasinya.

### **3. Faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal**

Menurut Edi Harapan dan Syarwani Ahmad (2014), faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal yaitu:

a) Konsep diri

"Konsep diri mencakup seluruh gagasan, pemikiran, keyakinan, dan sikap." yang dipahami seseorang mengenai dirinya dan mempengaruhi individu "dalam interaksi dengan individu lain" (Stuart dan Sundeen, 1998). Hal ini mencakup pandangan individu tentang karakteristik dan kemampuannya, interaksi bersama orang lain dan lingkungan, nilai-nilai yang berhubungan dengan pengalaman dan objek, tujuan serta aspirasinya. Konsep diri adalah elemen yang sangat signifikan dan berpengaruh dalam interaksi antarpribadi.

Konsep diri berfungsi dalam peranan yang sangat penting dalam menentukan kesuksesan hidup seseorang. Konsep diri bisa memengaruhi kemampuan berpikir individu. Sebuah individu yang memiliki citra diri yang negatif akan menghasilkan perasaan tidak percaya diri, enggan mencoba hal-hal baru, takut mencoba hal yang menantang, takut hancur, takut berhasil, merasa tidak pintar, minder, merasa tidak berharga, merasa tidak pantas untuk berhasil, pesimis, dan masih banyak tingkah laku rendah lainnya.

Sebaliknya, individu dengan konsep diri yang positif akan selalu bersikap optimis, berani menjelajahi hal-hal baru, berani mencapai kesuksesan, berani menghadapi kegagalan, percaya diri, semangat, memiliki nilai diri, berani menentukan tujuan hidup, bersikap dan memiliki pikiran yang optimis, serta mampu menjadi pemimpin yang terpercaya. Oleh karena itu, citra diri adalah elemen krusial bagi individu dalam berkomunikasi

b) Membuka diri

"Membuka diri merupakan ekspresi reaksi dan respon individu." terhadap kondisi yang sedang dihadapinya serta memberikan data "yang berkaitan dengan kejadian di masa lalu untuk pemahaman saat ini" (Johnson, 1981). Membuka diri berarti berbagi dengan orang lain. mengenai emosi terhadap hal yang telah diungkapkan atau dilakukan, atau perasaan individu terhadap peristiwa-peristiwa yang baru saja dilihatnya. Semakin rutin seseorang berinteraksi dengan bersikap terbuka kepada orang lain, maka ia akan dapat memahami. kelebihan dan kekurangan yang dimiliki olehnya. Orang akan mempelajari menyembunyikan kelemahan yang dimilikinya dengan memperbaiki keyakinan diri dan saling menghormati.

Menurut Johnson (1981), "komunikasi yang melibatkan pembukaan diri" interpersonal memiliki dua karakteristik, yaitu: (1)sikap menerima terhadap orang lain; dan (2) bersikap jujur kepada orang lain. Kedua proses ini bisa terjadi secara bersamaan jika berlangsung di kedua sisi menciptakan koneksi yang transparan antara satu individu dengan yang lainnya "lainnya".

c) Percaya diri

Kepercayaan diri merupakan salah satu elemen yang berpengaruh dalam komunikasi antarpribadi. Orang yang memiliki rasa percaya diri rendah akan

cenderung sebisa mungkin mengelakkan situasi komunikasi, karena dia merasa cemas orang lain akan menghina atau menyudutkannya jika berkomunikasi, sehingga cenderung tidak aktif saat berinteraksi. Hal ini bakal menumbuhkan rasa gagal dalam setiap aktivitas yang dilaksanakan.

Meningkatkan rasa percaya diri dapat dicapai dengan berpartisipasi dalam berbagai aktivitas pelatihan yang melibatkan banyak orang. Hal ini menurut Johnson (1981) bertujuan untuk membantu seseorang agar dapat merancang metode untuk membangun rasa percaya diri dalam sebuah relasi antarpersonal.

#### **4. Komunikasi interpersonal dalam perspektif psikologi & Islam**

Komunikasi interpersonal dalam Islam merupakan proses pertukaran pesan antara dua individu atau lebih yang didasarkan pada nilai-nilai ajaran Islam sebagaimana tercermin dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Komunikasi interpersonal Islami bukan hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi merupakan aktualisasi dari akhlak al-karimah (akhlak mulia) yang menempatkan nilai-nilai kejujuran, kasih sayang, empati, dan saling menghormati sebagai fondasi utama dalam setiap interaksi interpersonal. Etika yang termuat dalam komunikasi interpersonal dapat dilihat dari ayat yang menunjukkan kejujuran dalam berkata sebagaimana ayat berikut

QS. Al-Ahzab: 70-71 (Qaulan Sadida - Perkataan yang Jujur)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (٧٠) يُصْنَحُ لَكُمْ أَعْمَالُكُمْ وَيَغْفِرُ لَكُمْ ذُنُوبُكُمْ وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا (٧١)

"Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar. Niscaya Allah akan memperbaiki bagi kamu amalan-amalan kamu dan mengampuni bagi kamu dosa-dosa kamu. Dan barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya dia telah mendapat kemenangan yang besar."

QS. Al-Ahzab: 70-71 menunjukkan bahwa komunikasi jujur dalam Islam didorong oleh motivasi yang kompleks: motivasi intrinsik untuk berbakti kepada Allah (taqwa), motivasi untuk mendapatkan pengampunan atas kesalahan (self-acceptance), dan motivasi untuk mencapai kesuksesan spiritual (self-actualization). Ketiga dimensi motivasi ini bekerja secara sinergis untuk menciptakan perilaku komunikasi yang autentik dan bermakna. Ayat tersebut juga berbicara tentang pemberdayaan psikologis melalui janji perbaikan amal dan pengampunan dosa. Ini menciptakan lingkungan psikologis yang aman di mana individu merasa didukung untuk terus berkembang dan belajar dari kesalahan. Analisis surah QS. Al-Ahzab: 70-71 dapat dirangkum sebagai table berikut

*Tabel 2. 1*  
Analisis Surah Al-Ahzab Ayat 70-71

No	Komponen	Kategori	Teks Al-Qur'an	Makna Ayat	Aspek Psikologi
1	Perintah Utama	Ketakwaan	"اَنْقُوا اللَّهَ" (Qul)	"Bertakwalah kepada Allah	Motivasi Intrinsik
2	Perintah Khusus	Komunikasi	وَقُولُوا قُلْ لِمَّا سَمِيَّا	"Ucapkanlah perkataan yang benar (qaulan sadida)"	Integritas Komunikasi
3	Janji Allah	Perbaikan Amal	يُصْنَحُ لَكُمْ أَعْمَالُكُمْ	"Allah akan memperbaiki bagi kamu amalan-amalan kamu"	Reinforcement Positif
4	Janji Allah	Pengampunan Dosa	وَيَغْفِرُ لَكُمْ ذُنُوبُكُمْ	"Dan mengampuni bagi kamu dosa-dosa kamu"	Penerimaan Diri dan Resiliensi
5	Koneksi Sebab-Akibat	Ketaatan Ganda	وَمَنْ يُطِعْ اللَّهَ وَرَسُولَهُ	"Barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya"	Modeling dan Social Learning
6	Hasil Akhir	Kemenangan Besar	فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا	"Maka sesungguhnya dia telah mendapat kemenangan yang besar"	Goal Achievement dan Self-Actualizationn

## **B. Konformitas**

### **1. Pengertian Konformitas**

Konformitas adalah fenomena psikologis dan sosial di mana individu mengubah sikap, perilaku, atau kepercayaan mereka agar sesuai dengan norma atau standar yang diterapkan oleh kelompok. Dalam konteks sosial, konformitas didefinisikan sebagai sejauh mana individu rela menyesuaikan diri untuk mendapatkan penerimaan, menghindari penolakan, atau mempertahankan identitas sosial yang diinginkan. Sarwono (2016) menyatakan bahwa konformitas dapat terjadi baik secara terbuka, di mana tekanan sosial tampak jelas, maupun secara implisit, di mana orang menyesuaikan diri tanpa tekanan kelompok yang jelas.

Para ahli psikologi sosial berpendapat bahwa istilah "konformitas" merujuk pada kecenderungan untuk mengubah sikap atau pendapat seseorang agar sesuai dengan standar kelompok atau sesuai dengan perilaku orang lain. Taylor, Peplau, dan Sears mengatakan konformitas berarti seseorang secara sukarela melakukan sesuatu karena orang lain juga melakukannya.

Konformitas merupakan salah satu fenomena psikologi sosial yang telah menarik perhatian para peneliti selama bertahun-tahun. Sebagai aspek penting dalam dinamika kelompok dan interaksi sosial, konformitas memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku individu dalam konteks sosial. Berbagai ahli psikologi sosial telah memberikan definisi dan perspektif yang beragam mengenai konsep konformitas, yang masing-masing menawarkan sudut pandang unik dalam memahami fenomena penyesuaian sosial ini.

Baron dan Byrne (2005) mendefinisikan konformitas sebagai jenis pengaruh sosial di mana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial yang ada dalam kelompoknya. Perspektif Baron dan Byrne menekankan

bahwa konformitas merupakan bentuk penyesuaian sosial yang penting untuk menjaga keteraturan dan keselarasan dalam kelompok. Definisi ini menggarisbawahi bahwa konformitas bukan sekadar peniruan perilaku, melainkan proses adaptasi yang disengaja untuk mempertahankan harmoni sosial dan memenuhi ekspektasi kelompok. Kedua ahli ini juga menegaskan bahwa konformitas terjadi sebagai respons terhadap tekanan sosial, baik yang eksplisit maupun implisit.

Santrock (2008) memberikan perspektif yang sedikit berbeda dengan menyatakan bahwa konformitas terjadi apabila individu mengadopsi sikap atau perilaku orang lain karena merasa tekanan sosial atau kebutuhan untuk diterima dalam kelompok. Pandangan Santrock menunjukkan bahwa konformitas merupakan respons adaptif individu terhadap tekanan sosial untuk diterima dan diakui dalam kelompok sosial. Definisi ini menekankan aspek motivasional dari konformitas, di mana individu melakukan penyesuaian bukan hanya karena norma sosial, tetapi juga karena kebutuhan fundamental untuk diterima dan memperoleh validasi sosial dari anggota kelompok lainnya.

Myers (2012) mengambil pendekatan yang lebih komprehensif dengan mendefinisikan konformitas sebagai perubahan perilaku atau kepercayaan sebagai hasil dari tekanan kelompok, baik tekanan nyata maupun yang hanya berdasarkan imajinasi agar selaras dengan orang lain. Perspektif Myers menunjukkan bahwa tekanan kelompok, baik nyata maupun perceptual, menjadi faktor utama yang mendorong individu melakukan konformitas untuk menyesuaikan diri. Yang menarik dari definisi Myers adalah pengakuannya terhadap dimensi psikologis konformitas, di mana tekanan yang dirasakan individu tidak selalu harus nyata tetapi dapat berupa persepsi atau imajinasi tentang ekspektasi kelompok.

Sarwono (2005) memberikan kontribusi dengan membedakan dua jenis konformitas yang berbeda secara fundamental. Menurutnya, terdapat dua jenis konformitas: (a) compliance, yaitu konformitas yang dilakukan secara terbuka walaupun hati tidak setuju, dan (b) acceptance, yaitu konformitas yang disertai perilaku dan kepercayaan yang sesuai dengan tatanan sosial. Klasifikasi Sarwono menunjukkan bahwa konformitas dapat bersifat superfisial (compliance) maupun mendalam (acceptance), yang keduanya berfungsi untuk menyesuaikan individu dengan norma sosial namun dengan tingkat internalisasi yang berbeda. Pembedaan ini penting karena menunjukkan bahwa tidak semua bentuk konformitas melibatkan perubahan keyakinan yang mendalam.

Gross (2013) melengkapi pemahaman tentang konformitas dengan menjelaskan aspek-aspek yang terlibat dalam proses ini. Menurut Gross, aspek konformitas meliputi internalisasi (keyakinan pribadi sesuai dengan norma publik) dan compliance (penyesuaian perilaku di depan umum meskipun pribadi tidak setuju). Perspektif Gross menegaskan bahwa konformitas tidak hanya sekadar penyesuaian perilaku, tetapi juga dapat melibatkan perubahan keyakinan yang mendalam atau sekadar tindakan formal demi penerimaan sosial. Pandangan ini sejalan dengan Sarwono namun memberikan terminologi yang lebih spesifik dalam membedakan tingkat keterlibatan psikologis dalam proses konformitas.

Berdasarkan berbagai definisi dari para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa konformitas merupakan fenomena psikologi sosial yang kompleks dan multidimensional. Konformitas tidak hanya melibatkan perubahan perilaku semata, tetapi juga dapat mencakup perubahan sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai individu sebagai respons terhadap tekanan sosial atau norma kelompok. Yang menarik adalah bahwa para ahli sepakat bahwa konformitas dapat terjadi dalam berbagai tingkatan,

mulai dari penyesuaian perilaku yang superfisial hingga internalisasi nilai-nilai kelompok yang mendalam. Keberagaman perspektif ini menunjukkan bahwa konformitas merupakan proses yang dinamis dan kontekstual, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, sosial, dan situasional.

## 2. Aspek-aspek Konformitas

Baron & Byrne (2005) dalam bukunya Social Psychology mengidentifikasi lima aspek utama yang menjadi dimensi konformitas.

a) Pengaruh sosial normatif

Pengaruh sosial normatif merupakan aspek konformitas yang paling fundamental dan sering diamati dalam kehidupan sehari-hari. Baron & Byrne (2005) mendefinisikan pengaruh sosial normatif sebagai kecenderungan individu untuk menyesuaikan perilaku dan sikap mereka dengan norma kelompok karena adanya keinginan kuat untuk disukai, diterima, dan dihargai oleh anggota kelompok lainnya. Aspek ini berakar pada kebutuhan dasar manusia akan afiliasi dan penerimaan sosial.

b) Pengaruh sosial informasional

Pengaruh sosial informasional menggambarkan aspek konformitas yang didasari oleh motif kognitif individu untuk memperoleh informasi yang akurat dan membuat keputusan yang tepat. Baron & Byrne (2005) menjelaskan bahwa individu sering kali menggunakan perilaku dan pendapat orang lain sebagai sumber informasi untuk memahami realitas sosial dan menentukan respons yang paling appropriate dalam situasi tertentu.

c) Tekanan kelompok

Tekanan kelompok merupakan aspek konformitas yang berkaitan dengan kekuatan eksternal yang dirasakan individu untuk menyesuaikan diri

dengan ekspektasi, norma, atau tuntutan kelompok. Baron & Byrne (2005) menegaskan bahwa tekanan kelompok dapat bersifat eksplisit maupun implisit, dan seringkali menciptakan dilema psikologis bagi individu antara mempertahankan otonomi pribadi versus memenuhi tuntutan kolektif.

d) Kohesivitas

Kohesivitas kelompok dibangun melalui berbagai faktor, termasuk kesamaan tujuan, nilai, dan pengalaman; intensitas dan frekuensi interaksi antar anggota; sukses kolektif yang pernah dicapai; dan ancaman eksternal yang mengharuskan anggota untuk bersatu. Kelompok yang kohesif biasanya dicirikan oleh tingkat kepercayaan yang tinggi, komunikasi yang terbuka, dukungan mutual, dan komitmen yang kuat terhadap kesuksesan kelompok.

e) Kepercayaan kelompok

Kepercayaan terhadap kelompok berkembang melalui serangkaian interaksi dan pengalaman yang memvalidasi kompetensi dan reliabilitas kelompok. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan kepercayaan ini meliputi track record kesuksesan kelompok dalam mencapai tujuan, konsistensi antara kata dan tindakan pemimpin kelompok, transparansi dalam proses pengambilan keputusan, dan fairness dalam perlakuan terhadap seluruh anggota.

### **3. Faktor-faktor Yang Memengaruhi Konformitas**

Faktor-faktor yang memengaruhi konformitas dapat dijelaskan melalui berbagai aspek yang diidentifikasi dalam kajian psikologi sosial. Berikut adalah beberapa faktor utama yang memengaruhi konformitas dalam kelompok semacam itu:

a) Norma Kelompok

Norma kelompok merupakan aturan tidak tertulis yang mengatur perilaku dan interaksi di antara anggota komunitas. Menurut Sarwono (2016), individu cenderung menyesuaikan diri dengan norma kelompok untuk mempertahankan keharmonisan dan diterima sebagai anggota penuh. Dalam komunitas Vespa, norma ini bisa mencakup gaya berpakaian, cara bersosial, hingga partisipasi dalam kegiatan komunitas seperti touring atau acara kumpul bersama.

b) Ukuran Kelompok

Ukuran kelompok mempengaruhi tingkat konformitas. Kelompok yang lebih besar cenderung memberikan tekanan konformitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok kecil. Penelitian menunjukkan bahwa semakin besar kelompok, semakin besar pula kemungkinan seorang individu untuk menyesuaikan diri dengan perilaku dan pendapat mayoritas (Sarwono, 2012). Dalam komunitas Vespa yang memiliki banyak anggota, tekanan untuk menyesuaikan diri dengan mayoritas bisa menjadi lebih kuat.

c) Kohesivitas Kelompok

Kohesivitas atau tingkat kedekatan emosional dan loyalitas antar anggota juga memengaruhi konformitas. Anggota yang merasa terikat kuat secara emosional dengan kelompok lebih mungkin untuk menyesuaikan perilaku mereka agar sesuai dengan harapan kelompok. Menurut Jalaluddin (2005), kohesivitas tinggi mendorong individu untuk mengutamakan kepentingan kelompok di atas kepentingan pribadi.

d) Pengaruh Budaya Lokal

Budaya kolektivistik di Indonesia mendorong individu untuk lebih mengutamakan kepentingan kelompok dan menjaga keselarasan sosial. Hal ini membuat tekanan untuk konformitas lebih besar, karena harmoni kelompok

dipandang sebagai hal yang lebih penting dibandingkan perbedaan pendapat individu (Sukardi, 2014). Di komunitas Vespa kampus, semangat kebersamaan dan solidaritas dapat mendorong anggota untuk menyesuaikan perilaku mereka agar selaras dengan nilai-nilai komunitas.

e) Tingkat Pengetahuan dan Informasi

Ketika seorang anggota baru memiliki pengetahuan atau pengalaman yang lebih sedikit dibandingkan dengan anggota yang lebih berpengalaman, mereka lebih cenderung menunjukkan konformitas informasional. Sukardi (2014) menunjukkan bahwa individu akan cenderung mengikuti pendapat mayoritas atau orang-orang yang dianggap lebih berpengetahuan ketika mereka merasa kurang yakin atau tidak memiliki cukup informasi.

f) Tekanan Sosial dan Harapan Kelompok

Konformitas juga dipengaruhi oleh harapan eksplisit dan implisit dari kelompok. Anggota komunitas Vespa mungkin merasa adanya tekanan sosial untuk mengikuti kegiatan-kegiatan tertentu atau berpartisipasi dalam tradisi kelompok. Harapan ini, baik yang diungkapkan secara langsung maupun melalui isyarat sosial, mendorong anggota untuk menyesuaikan perilaku mereka dengan standar komunitas (Jalaluddin, 2005).

#### **4. Konformitas Dalam Perspektif Psikologi & Islam**

Konformitas dalam konteks Islam dapat dipahami sebagai kepatuhan dan penyesuaian diri terhadap aturan, norma, dan nilai-nilai yang ditetapkan oleh Allah SWT dan Rasul-Nya. Dalam perspektif Islam, konformitas bukan sekadar penyesuaian sosial, tetapi merupakan bentuk ketaatan (ta'ah) kepada Allah dan penerapan prinsip-prinsip Islami dalam kehidupan sehari-hari.

QS. Al-Hujurat: 10 (Al-Ukhuwwa - Persaudaraan dan Solidaritas)

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَاصْلِحُوا بَيْنَ أَخْوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرَحَّمُونَ

*“Orang-orang yang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Oleh sebab itu damaikanlah antara kedua saudaramu (yang berselisih) dan takutlah terhadap Allah, mudah-mudahan kamu mendapat rahmat.”*

QS. Al-Hujurat: 10 merupakan ayat yang secara eksplisit membahas persaudaraan (ukhuwwa) dalam Islam sebagai fondasi dari konformitas positif. Ayat ini mengajarkan bahwa orang-orang yang beriman memiliki ikatan persaudaraan yang erat, sehingga menciptakan kewajiban bersama untuk menjaga keselarasan dan harmoni dalam komunitas. Berikut analisis ayat yang dapat dirangkum dalam tabel dibawah.

*Tabel 2. 2*  
Analisis Surah Al-Hujurat Ayat 10

No	Komponen	Kategori	Teks Al-Qur'an	Makna Ayat	Aspek Psikologi
1	Identitas Kolektif	Ikatan Persaudaraan	إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ	Orang-orang yang beriman itu sesungguhnya bersaudara	In-group Identity:
2	Kewajiban Kolektif	Resolusi Konflik	فَاصْلِحُوا بَيْنَ أَخْوَيْكُمْ	Damaikanlah antara kedua saudaramu (yang berselisih)	Collective Responsibility
3	Motivasi Spiritual	Takwa kepada Allah	وَاتَّقُوا اللَّهَ	Dan takutlah terhadap Allah.	Intrinsic Motivation
4	Harapan Hasil	Pemeliharaan Rahmat	لَعَلَّكُمْ تُرَحَّمُونَ	Mudah-mudahan kamu mendapat rahmat.	Positive Reinforcement

Ayat diatas menyajikan model konformitas yang ideal dari perspektif Islam.

Model ini mengintegrasikan dimensi spiritual (takwa), sosial (tanggung jawab kolektif), emosional (kasih sayang dan penerimaan), dan kognitif (pemahaman rasional).

Konformitas yang dihasilkan adalah bentuk yang autentik, mendalam, dan berkelanjutan, di mana setiap individu merasa dipanggil untuk mematuhi norma-norma bukan karena tekanan eksternal, tetapi karena komitmen internal terhadap nilai-nilai persaudaraan dan kesejahteraan bersama.

### C. Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Dan Konformitas

Komunitas Vespa Kampus Malang merupakan wadah bagi para penikmat kendaraan tua (Vespa) yang mencakup beberapa mahasiswa di Malang, diantaranya mencakup beberapa kampus yang berada di Malang; Universitas Islam Negei Malang, Univertas Islam Malang, Universitas Brawijaya, Universitas Malang dan Politeknik Negeri Malang. Awal terbentuknya merupakan salah satu faktor yang teridentifikasi bahwa adanya komunikasi sebagai jembatan untuk membuat sarana perkumpulan dengan individu berbagai latar belakang yang beragam.

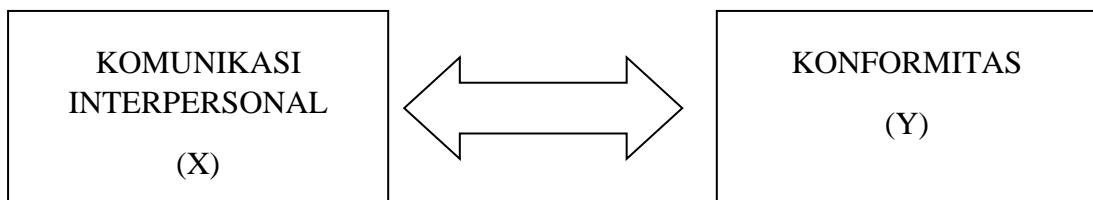
Menurut Devito (2013), komunikasi interpersonal yang efektif mencakup elemen-elemen seperti empati, kepercayaan, keterbukaan, dan saling memahami. Dalam komunitas Vespa, komunikasi interpersonal berperan penting dalam membangun hubungan antaranggota, baik melalui interaksi langsung seperti berkumpul, touring, maupun melalui aktivitas kelompok lainnya.

Menurut Basma (2015), pengemar Vespa tahun 1980-an, salah satu bentuk dari keakraban komunitas Vespa terlihat pada saat mereka melihat ada sesama pengendara Vespa yang mogok di jalan, pengendara Vespa yang lain akan berhenti untuk menawarkan bantuan walaupun mereka tidak saling mengenal. Hal tersebut menjadikan Komunitas Vespa terkenal dengan rasa solidaritas yang tinggi, sehingga membedakannya dengan komunitas motor lainnya.

Solidaritas pada masing-masing individu akan menjadi suatu ikatan tanggung jawab dalam organisasi. Hal tersebut dapat terwujud melalui kesadaran pada masing-

masing individu. Ikatan sosial dapat dilakukan dengan suatu bentuk usaha saling memahami antara komunikator dan komunikan yang disebut dengan pola komunikasi (Yuki, 2013:40). Pola komunikasi yang terjadi pada kelompok sangat berpengaruh terjadi pada kelompok sangat berpengaruh terhadap kelangsungan kelompok tersebut.

Penelitian tambahan menunjukkan bahwa kohesivitas dalam kelompok Vespa berhubungan positif dengan konformitas. Semakin kohesif sebuah kelompok, semakin besar kemungkinan anggotanya untuk berkonformitas terhadap norma kelompok. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif dapat meningkatkan hubungan keterikatan antaranggota, yang selanjutnya mempengaruhi tingkat konformitas mereka.



*Gambar 1. 3*  
Kerangka Konseptual

#### D. Hipotesis

Hipotesis ini dikembangkan berdasarkan teori yang relevan dan penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya asumsi korelasi antara komunikasi interpersonal dan konformitas. Dalam konteks komunitas Vespa kampus Malang, hipotesis ini mempertimbangkan karakteristik khusus komunitas motor klasik yang memiliki ikatan kultural dan sosial yang kuat, serta dinamika komunikasi generasi muda di era digital saat ini, dengan penjelasan;

Terdapat hubungan komunikasi interpersonal dengan konformitas pada komunitas vespa kampus malang.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian dalam studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang melibatkan pengujian teori dan pengamatan hubungan antara variabel X dan variabel Y dengan bantuan alat penelitian, lalu data tersebut dianalisis menggunakan metode statistik (Creswell, 2014). Pendekatan kuantitatif dalam penelitian lebih menekankan pada pengumpulan data dan hasil yang disajikan dalam bentuk angka, serta pengolahan data dengan cara statistik (Azwar, 2007).

Metode kuantitatif juga dijelaskan sebagai pendekatan yang digunakan untuk meneliti kelompok populasi dan sampel tertentu, dengan alat penelitian untuk mengumpulkan data, lalu data tersebut dianalisis secara kuantitatif atau statistik agar dapat menguji hipotesis (Sugiyono, 2013). Dalam pendekatan kuantitatif, data diumpulkan menggunakan alat penelitian yang sudah dibuat berdasarkan hipotesis yang ada. Pendekatan ini digunakan agar hasil penelitian lebih objektif, bisa memahami hubungan sebab-akibat, memungkinkan generalisasi, serta menghindari penilaian yang bersifat subjektif. Kerangka penelitian kuantitatif terdiri dari asumsi dan hipotesis yang ditampilkan dalam bentuk gambar, yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel, seperti pengaruh variabel X (Komunikasi Interpersonal) terhadap variabel Y (Konformitas) (Arikunto, 2013).

Penelitian ini melibatkan dua variabel utama, yaitu Komunikasi Interpersonal sebagai variabel independen dan Konformitas sebagai variabel dependen. Analisis data dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional, dengan

tujuan untuk menentukan pengaruh variabel independen (Komunikasi Interpersonal) terhadap variabel dependen (Konformitas) pada Komunitas Vespa Kampus Malang.

## **B. Identifikasi Variabel Penelitian**

Identifikasi variable pada penelitian ini sangat diperlukan guna membantu dalam membuat rancangan penelitian serta memberi balasan pada variable yang akan diteliti. Sugiyono (2009) mendefinisikan variable penelitian sebagai atribut atau sifat dari individu, objek atau aktifitas yang menunjukkan adanya ragam tertentu yang ditentukan peneliti agar dapat didalami dan dibuat kesimpulan.

Variabel independen merupakan yang memiliki pengaruh dan sebab dari munculnya variable dependen. Sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi dan sebagai akibat yang muncul dari variabel independent (Sugiyono, 2011).

Variabel peneliti yang digunakan pada penelitian adalah variabel (X) dan variabel dependen (Y).

1. Variabel Independen : Komunikasi Interpersonal (X)
2. Variabel Dependen : Konformitas (Y)

## **C. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan dengan karakteristik-karakteristik variabel yang dapat diamati (Alim, Hapsari, & purwanti, (2007). Definisi operasional dari variabel-variabel penelitian ini adalah:

1. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal dalam penelitian ini didefinisikan sebagai proses pertukaran pesan, baik verbal maupun nonverbal, yang terjadi antara anggota komunitas Vespa kampus Malang dalam konteks interaksi tatap muka yang bersifat personal dan memiliki efek timbal balik. Definisi ini mengacu pada konsep

komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh DeVito (2014) sebagai komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang saling tergantung dan memiliki pengetahuan satu sama lain. Adapun aspek-aspek menurut DeVito adalah ; Keterbukaan (Openness), Empati (Empathy), Dukungan (Supportiveness), Kesetaraan (Equality) dan Positif (Positiveness)

## 2. Konformitas

Konformitas dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kecenderungan anggota komunitas Vespa kampus Malang untuk menyesuaikan sikap, perilaku, dan pendapat mereka agar selaras dengan norma, ekspektasi, dan tekanan sosial yang ada dalam komunitas. Definisi ini merujuk pada konsep konformitas yang dikemukakan oleh Baron & Byrne (2005) sebagai bentuk pengaruh sosial yang melibatkan perubahan perilaku atau keyakinan sebagai hasil dari tekanan kelompok yang nyata atau yang dibayangkan. Adapun aspek-aspek dari konformitas menurut Baron & Byrne (2005) ; Pengaruh sosial normatif, Pengaruh Sosial Informasional, Tekanan Kelompok, Kohesivitas & Kepercayaan Kelompok.

## D. Populasi & Sampel

### 1. Populasi

Populasi merujuk pada segmen atau kelompok tertentu dari objek atau subjek yang memiliki atribut dan ciri-ciri khusus yang telah diidentifikasi oleh peneliti untuk tujuan penelitian lebih lanjut, sehingga memungkinkan penyusunan kesimpulan akhir (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak kurang lebih 30 orang yang tergabung dalam komunitas Vespa Kampus Malang.

### 2. Sampel

Sampel merujuk kepada sebagian dari populasi yang menjadi subjek penelitian (sesuai dengan Sugiyono, 2013). Sampel juga dapat dijelaskan sebagai

bagian dari individu atau elemen yang berasal dari populasi secara keseluruhan yang akan digunakan dalam studi (sesuai dengan Arikunto, 2013). Berdasarkan definisi ini, sampel yang digunakan dalam penelitian harus mencerminkan karakteristik populasi yang lebih besar. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik total sampling, yang berarti seluruh populasi digunakan sebagai sampel. Menurut Sugiyono, jika jumlah subjek kurang dari 100 orang, maka seluruh subjek dapat digunakan sebagai sampel penelitian, sehingga disebut sebagai penelitian populasi. Sebaliknya, jika jumlah subjek lebih besar, sampel dapat diambil dalam rentang 10-15% hingga 15-25% dari populasi (Arikunto, 2007).

## E. Instrumen Penelitian

Alat penelitian sangat penting untuk mencapai tujuan penelitian (Winarno, 2013). Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti dan memperoleh data kuantitatif mengenai jenis karakteristiknya secara objektif (Hardani, dkk., 2020). Oleh karena itu, jumlah instrumen penelitian sebanding dengan jumlah variabel yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2013), instrumen penelitian yang digunakan harus sama dengan variabel penelitian.

Skala pengukuran adalah sesuatu yang sudah disepakati dan digunakan sebagai dasar untuk menentukan tingkat panjang atau singkatnya interval dalam alat ukur, sehingga menghasilkan data yang berbentuk angka (Sugiyono, 2013). Peneliti dalam penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai jenis skala yang digunakan. Skala Likert berisi pernyataan-pernyataan yang menggambarkan pendapat, respons, pandangan, atau sikap seseorang atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial. tersebut sudah ditetapkan oleh peneliti dan disebut dengan variabel (Sugiyono, 2013; Hardani, dkk., 2020).

Pernyataan saat ini memiliki dua konotasi: positif, yang mendukung variabel, (*favourable*) dan negatif, yang tidak mendukung (*unfavourable*). Dalam penelitian ini,

setiap item atau pernyataan diberi empat opsi jawaban, dan setiap opsi diberi skor yang berbeda-beda berdasarkan tanggapan responden. Setiap kategori pernyataan juga memiliki urutan skor yang berbeda yang membedakan pernyataan *favourable* dan *unfavourable*.

**Tabel 3. 1**  
**Kategorisasi skor instrumen**

Opsi Jawaban	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>
Sangat Sering (SS)	4	1
Sering (S)	3	2
Tidak Sering (TS)	2	1
Sangat Tidak Sering (STS)	1	4

Untuk menghemat tenaga, biaya dan waktu, peneliti menggunakan formulir Google (*google form*) untuk menyebarluaskan item kepada responden. Sugiyono (2013) menyatakan jumlah instrumen berbanding lurus dengan jumlah variabel, maka dari itu terdapat dua jenis instrumen dalam penelitian ini: instrumen untuk mengukur Komunikasi Interpersonal dengan instrumen untuk mengukur Konformitas.

### 1. Komunikasi Interpersonal

Instrumen pertama yang peneliti gunakan untuk mengukur variabel komunikasi interpersonal merujuk pada kerangka teori Joseph A. DeVito dalam bukunya *The Interpersonal Communication Book*, yang merupakan salah satu sumber rujukan utama dalam teori komunikasi interpersonal. DeVito mengemukakan lima aspek utama dalam komunikasi interpersonal yang efektif, yaitu: Keterbukaan (Openness), Empati (Empathy), Dukungan (Supportiveness), Kesetaraan (Equality) dan Positif (Positiveness). Berdasarkan penelitian Dewi & Astuti (2022), skala komunikasi interpersonal DeVito dengan 15-20 item menunjukkan validitas konstruk yang baik dengan faktor loading  $> 0.50$  untuk semua item.

**Tabel 3. 2**  
***Blueprint skala komunikasi interpersonal***

<b>Aspek</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>		<b>Total</b>
		<b>Fav.</b>	<b>Unfav.</b>	
Keterbukaan (Openness)	a. Kesediaan mengungkapkan perasaan dan pikiran b. Memberikan reaksi jujur terhadap stimulus c. Bertanggung jawab atas pernyataan	1, 4, 7	13	4
Empati (Empathy)	d. Kemampuan memahami perasaan orang lain e. Menunjukkan kepekaan terhadap perspektif lain f. Memberikan dukungan emosional	2, 5, 8	-	3
Sikap Mendukung (Supportiveness)	g. Memberikan dukungan tanpa menghakimi h. Menciptakan suasana komunikasi yang aman i. Menghindari sikap defensif	3, 6, 9	14	4
Sikap Positif (Positiveness)	j. Menunjukkan apresiasi dan penghargaan k. Bersikap optimis dalam berkomunikasi l. Memberikan feedback konstruktif	10, 12	-	2
Kesetaraan (Equality)	m. Mengakui hak setara dalam berkomunikasi n. Tidak mendominasi percakapan o. Menghargai pendapat yang berbeda	11	15	2
<b>Jumlah</b>		12	3	15

## 2. Konformitas

Kemudian Instrumen yang peneliti gunakan untuk mengukur variabel konformitas pada komunitas Vespa kampus Malang adalah *Conformity Scale Baron & Byrne* yang dikembangkan oleh Baron & Byrne (2005) dan telah diadaptasi serta diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia oleh Maharani & Setyawan (2022). Teori

konformitas Baron & Byrne membagi aspek konformitas menjadi dua dimensi utama: pengaruh sosial normatif (keinginan untuk disukai dan menghindari penolakan sosial) dan pengaruh sosial informasional (menerima kelompok sebagai sumber informasi yang akurat). Kedua aspek ini sangat relevan dengan dinamika komunitas Vespa kampus di mana anggota cenderung menyesuaikan perilaku agar diterima kelompok dan mempercayai informasi dari komunitas sebagai rujukan dalam pengambilan keputusan. Adapun alasan peneliti menggunakan skala *Conformity Scale Baron & Byrne* dikarenakan memiliki koefisien reliabilitas Alpha Cronbach sebesar 0,836, yang menunjukkan tingkat konsistensi internal yang sangat baik (Trihapsari & Nashori, 2013).

**Tabel 3.3  
Blueprint Konformitas**

<b>Aspek</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>		<b>Total</b>
		<b>Fav.</b>	<b>Unfav.</b>	
Pengaruh sosial normatif	a. Keinginan untuk disukai dan diterima kelompok b. Menghindari penolakan sosial c. Mempertahankan keharmonisan hubungan	1, 4, 7, 10	17	5
Pengaruh Sosial Informasional	d. Menerima kelompok sebagai sumber informasi akurat e. Mengikuti keputusan mayoritas kelompok f. Kepercayaan pada pengetahuan komunitas	2, 5, 8, 11	20	5
Tekanan Kelompok	g. Tekanan untuk menyesuaikan diri dengan norma komunitas h. Kesulitan menolak ajakan/permintaan i. Penyesuaian diri karena ekspektasi kelompok	9, 12, 15, 18	14	5
Kohesivitas	j. Keterikatan emosional dan loyalitas terhadap	3, 6, 13	-	3

		komunitas				
	k.	Loyalitas dan kebanggaan sebagai anggota				
	l.	Identifikasi diri dengan komunitas				
Kepercayaan Terhadap Kelompok	m.	Mempercayai komunitas	keputusan	16, 19	-	2
	n.	Menganggap kelompok lebih kompeten				
	o.	Mengesampingkan penilaian pribadi				
	<b>Jumlah</b>			17	3	20

## F. Teknik Pengumpulan Data

Kualitas data dari penelitian dipengaruhi oleh dua faktor, salah satunya adalah mutu metode pengumpulan data. Pengumpulan data adalah langkah integrasi yang ditujukan untuk mendapatkan data utama untuk kebutuhan Penelitian (Sugiyono, 2013). Peneliti memanfaatkan angket (kuesioner) sebagai media pengumpulan data dari *total sampling* yang akan diambil.

### 1. Kuisioner (Angket)

Salah satu metode pengumpulan data adalah kuesioner, yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis mengenai sebuah variabel dan nantinya akan dijawab oleh orang yang menjawab. Selain itu, kuesioner dapat digunakan untuk mengukur perilaku responden dan menyederhanakannya (Sugiyono, 2013; Hardani, dkk., 2020). Peneliti harus memiliki pemahaman yang baik tentang variabel yang akan diukur dan perilaku yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2013).

### 2. Validitas & Reabilitas

#### a) Validitas

Berdasarkan Sugiyono (2019), uji validitas adalah sebuah pengujian yang digunakan untuk menguji akurasi sebuah alat ukur dalam mengukur sesuatu. yang perlu diukur. Dalam studi ini, peneliti mengevaluasi keabsahan melakukan korelasi bivariat antara setiap indikator dengan jumlah skor konstruksi menggunakan Corrected Item-Total Correlation yaitu uji validitas untuk hubungan antara setiap item dan skor keseluruhan tes yaitu dengan kriteria di atas 0,03.

1) Validitas Y

**Tabel 3. 4**  
*Uji Validitas Konformitas*

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	53.2000	42.993	.478	.730
Y02	53.1000	42.921	.544	.726
Y03	54.7333	47.237	.038	.764
Y04	53.6667	39.402	.665	.709
Y05	53.5000	41.017	.612	.717
Y06	54.3000	47.872	.001	.765
Y07	53.5000	38.948	.709	.705
Y08	53.3333	42.023	.672	.718
Y09	52.9000	44.852	.365	.739
Y10	53.3667	46.378	.139	.754
Y11	53.2333	43.771	.406	.735
Y12	53.9667	43.482	.343	.739
Y13	54.7333	44.961	.271	.745
Y14	54.9333	50.754	-.242	.780
Y15	53.7667	42.116	.540	.724
Y16	53.2667	41.375	.715	.714
Y17	53.7667	47.013	.040	.766
Y18	53.0667	46.202	.313	.744
Y19	53.1667	44.902	.410	.737
Y20	54.0000	50.552	-.203	.789

2) Validitas X

**Tabel 3.5**  
*Uji Validitas Komunikasi Interpersonal*

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	46.4000	8.938	.440	.745
X02	46.4000	9.076	.540	.734
X03	46.2667	9.030	.584	.730
X04	46.0333	9.964	.415	.749
X05	46.2667	9.306	.483	.740
X06	46.0333	9.895	.448	.747
X07	46.2333	9.220	.529	.736
X08	46.3333	9.264	.480	.740
X09	46.2667	9.030	.584	.730
X10	46.2000	8.924	.664	.723
X11	46.1667	9.730	.377	.751
X12	46.1000	10.024	.311	.756
X13	46.7667	10.668	.090	.771
X14	48.3333	12.299	-.442	.823
X15	48.8000	10.648	.125	.768

b) Reabilitas

Reliabilitas berasal dari kata reliability, yang menunjukkan sejauh mana tingkat konsistensi sebuah alat ukur dalam menghasilkan hasil yang stabil dari waktu ke waktu waktu. Sebuah instrumen dinyatakan memiliki reliabilitas tinggi jika dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten saat digunakan berkali-kali dalam situasi yang serupa. Menurut Chadha (2009), reliabilitas merupakan indikator sejauh mana suatu instrumen pengukuran menghasilkan data yang seragam dan stabil

**Tabel 3. 6**  
***Uji Reabilitas***

No	Skala	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Konformitas	,751	Memenuhi kriteria
2	Komunikasi Interpersonal	,764	Memenuhi kriteria

## G. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016), dalam penelitian kuantitatif, proses analisis data melibatkan langkah-langkah seperti pengelompokan data berdasarkan variabel dan karakteristik responden, pengumpulan data dalam bentuk tabel berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data yang mencakup masing-masing variabel yang diselidiki, serta melakukan perhitungan statistik untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2016). Oleh karena itu, teknik analisis data yang akan diterapkan dalam penelitian ini mencakup beberapa langkah, berikut penjelasanya :

1) Uji Asumsi

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal atau tidak, seperti yang dijelaskan oleh Pratama (2016). Uji yang digunakan adalah uji linieritas Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan software SPSS 25.0 for Windows, karena jumlah responden kurang dari 50 orang. Jika nilai signifikansi  $p$  lebih besar dari 0,05, maka data disebut memiliki distribusi normal. Namun, jika nilai  $p$  lebih kecil dari 0,05, maka data penelitian dianggap tidak normal atau mengandung kesalahan..

b) Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui atau membuktikan apakah setiap variabel dalam penelitian tersebut memiliki hubungan yang linier atau tidak. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan SPSS 2.50 for Windows, dengan

ketentuan bahwa nilai signifikansi harus lebih besar dari 0,50. Dari hasil tersebut, maka dapat dibuat kesimpulan.

## 2) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan peneliti untuk menggambarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian. Dalam melakukan analisis ini, peneliti melalui beberapa tahapan tertentu yang mencakup:

### a) Mean Hipotetik

$$\mu = \frac{i_{\max} + i_{\min}}{2} \times \sum \text{Item}$$

Keterangan :

$\mu$  : Mean hipotetik

$i_{\max}$  : Skor tertinggi aitem

$i_{\min}$  : Skor terendah aitem

$\Sigma$  : Jumlah seluruh aitem dalam skala

### b) Standar Deviasi

Rumus mencari nilai standar deviasi (SD) dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$\sigma = \frac{i_{\max} - i_{\min}}{6}$$

$\sigma$  : Standar Deviasi

$i_{\max}$  : Skor tertinggi aitem

$i_{\min}$  : Skor terendah aitem

### c) Kategorisasi

Kategorisasi data dapat dilakukan apabila nilai mean hipotetik dan standar deviasi sudah diketahui. Kategorisasi data tersendiri merupakan klasifikasi data terkait masing-masing subjek dengan disesuaikan dengan norma yang berlaku.

Rumus atau norma kategorisasi data, sebagaimana berikut:

**Tabel 3. 7**  
**Kategorisasi Analisis Deskriptif**

No	Kategori	Rumus
1	Tinggi	$X > (M + 1,0 SD)$
2	Sedang	$(M - 1,0 SD) \leq X \leq (M + 1,0 SD)$
3	Rendah	$X < (M - 1,0 SD)$

d) Analisa Prosentase

Analisis persentase dimanfaatkan oleh peneliti sebagai metode analisis dalam menggambarkan data yang didapat dari skala dalam bentuk persentase.

Rumus untuk analisis persentase adalah seperti berikut

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

P : persentase

F : frekuensi

N : jumlah total (frekuensi keseluruhan)

3) Uji Hipotesis

Analisis regresi sederhana adalah metode analisis yang bertujuan untuk mengetahui dampak variabel independen pada dependen, serta juga berkaitan hubungan antara variabel apakah bersifat positif atau negatif. Rumus evaluasi regresi sendiri, seperti berikut :

$$Y = a + bX$$

Y : Variabel dependen (variabel terikat)

X : Variabel independen (variabel bebas)

a : Konstanta (nilai dari Y jika X = 0)

b : Koefisien regresi (pengaruh positif atau negative)

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Komunitas**

Vespa Kampus Malang adalah sebuah komunitas kolektif yang diinisiasi oleh beberapa mahasiswa dari berbagai kampus di Malang dalam konteks gemar menggeluti vespa klasik. Vespa kampus di Malang merepresentasikan fenomena unik di mana kendaraan skuter klasik Italia menjadi identitas alternatif bagi mahasiswa yang menginginkan gaya hidup berbeda dari mainstream motor modern. Berbeda dengan komunitas Vespa umum yang terdiri dari berbagai kalangan usia dan profesi, Vespa kampus Malang secara spesifik didominasi oleh mahasiswa dari berbagai universitas di kota ini, seperti Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim, Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), Universitas Islam Malang (UNISMA), Universitas Negeri Malang (UM), Universitas Brawijaya, Universitas Merdeka Malang (UNMER) & Politenik Negeri Malang (Polinema).

Komunitas Vespa kampus Malang memiliki ciri khas yang membedakannya dari komunitas motor mahasiswa pada umumnya. Para anggotanya, yang sering disebut sebagai "scooterist kampus", dan sering menggunakan semboyan "*sakduluran sampek mampus*". tidak hanya menggunakan Vespa sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai medium ekspresi identitas sosial yang mencerminkan nilai-nilai kebebasan, solidaritas, dan kreativitas. Mereka menolak konformitas terhadap tren motor mainstream dan memilih Vespa sebagai simbol perlawanan terhadap uniformitas gaya hidup mahasiswa modern.

Secara visual, anggota komunitas Vespa kampus Malang umumnya berpenampilan kasual dengan gaya "apa adanya" - mengenakan kaos, jaket denim, atau jaket kulit, serta sepatu boots atau sneakers. Penampilan ini bukan sekadar fashion

statement, melainkan refleksi dari filosofi hidup yang mengutamakan autentisitas dan kebebasan berekspresi dibandingkan mengikuti standar penampilan mahasiswa konvensional.

## **B. Pelaksanaan Penelitian**

### 1. Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Malang, Jawa Timur, dengan fokus pada komunitas Vespa kampus yang aktif di wilayah tersebut. Pemilihan Kota Malang sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Pertama, Malang merupakan kota pendidikan yang memiliki banyak perguruan tinggi, sehingga terdapat populasi mahasiswa yang cukup besar dan beragam. Kedua, komunitas Vespa di Malang telah berkembang dengan baik termasuk komunitas yang khusus beranggotakan mahasiswa.

Pelaksanaan penelitian ini berlangsung selama tiga minggu, dimulai dari tanggal 13 Agustus 2025 hingga 5 September 2025. Minggu pertama (13-20 Agustus 2025) digunakan untuk melakukan pendekatan awal, penjelasan tujuan penelitian, dan uji coba instrumen penelitian kepada 12 subjek selain sampel utama. Minggu kedua (20-27 Agustus 2025) merupakan periode utama pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Sementara itu, minggu ketiga (27 Agustus - 5 September 2025) digunakan untuk follow-up pengumpulan data, verifikasi kelengkapan jawaban responden, dan pengumpulan data tambahan jika diperlukan.

### 2. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah anggota aktif komunitas Vespa kampus di Malang yang berjumlah 30 orang. Penetapan jumlah subjek ini didasarkan pada data keanggotaan resmi yang diperoleh dari pengurus komunitas, di mana seluruh populasi anggota aktif berjumlah 30 orang. Mengingat jumlah populasi yang relatif kecil,

peneliti memutuskan untuk menggunakan teknik total sampling atau sensus, yaitu mengambil seluruh anggota populasi sebagai subjek penelitian.

### 3. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dilaksanakan melalui beberapa tahap yang sistematis dan terstruktur untuk memastikan kualitas data yang diperoleh. Tahap pertama adalah persiapan penelitian, yang dimulai dengan penyusunan proposal penelitian, pengajuan ethical clearance, dan penyusunan instrumen penelitian. Pada tahap ini, peneliti juga melakukan studi pendahuluan untuk memahami karakteristik komunitas Vespa kampus Malang, struktur organisasi, dan pola aktivitas rutin mereka.

Setelah mendapat persetujuan ethical clearance, peneliti melakukan pendekatan awal dengan mengunjungi pengurus komunitas untuk menjelaskan tujuan penelitian dan meminta izin untuk melakukan penelitian. Pengurus komunitas memberikan dukungan penuh dan memfasilitasi peneliti untuk bertemu dengan seluruh anggota komunitas. Dalam pertemuan ini, peneliti menjelaskan secara detail tentang tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan, prosedur pengumpulan data, dan hak-hak responden.

Tahap kedua adalah pilot study atau uji coba instrumen penelitian. Peneliti melakukan uji coba kuesioner kepada 11 responden selain subjek penelitian. Berdasarkan hasil pilot study, dilakukan beberapa penyesuaian kecil pada redaksi beberapa item untuk meningkatkan keterbacaan.

Tahap ketiga adalah pengumpulan data utama. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada seluruh anggota komunitas (30 orang) dengan menggunakan dua pendekatan. Pendekatan pertama dilakukan saat kegiatan kopdar rutin komunitas, di mana peneliti hadir langsung dan memberikan penjelasan secara tatap muka kepada responden. Pendekatan kedua dilakukan secara individual dengan menyebarkan tautan

online *google form* kepada responden yang belum bisa hadir secara langsung di tempat.

Tahap keempat, setelah mendapatkan data penelitian dari kuesioner yang sudah disebarluaskan sebelumnya, peneliti melakukan pengolahan data dengan menggunakan program Microsoft Excel dan SPSS. Setelah proses pengolahan data, peneliti melakukan pemaparan hasil dan pembahasan terhadap data yang sudah didapatkan dalam bentuk laporan penelitian skripsi.

## C. Hasil & Pembahasan

### 1. Uji Normalitas

**Tabel 4. 1**  
**Hasil Uji Normalitas**

	Unstandardized Residual	
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	.0000000	.0000000
	6.48298416	6.70640237
Most Extreme Differences	.075	.096
	.073	.096
	-.075	-.076
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	.939	.671
	.933	Lower Bound .658
		Upper Bound .683

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebaran data variabel komunikasi interpersonal (X) dan Konformitas (Y). Hasil uji OneSample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 dimana lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak

terdapat perbedaan signifikan antara distribusi residual dengan distribusi normal, sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi, yang berarti data layak digunakan untuk analisis lanjutan seperti regresi linier, karena salah satu syarat penting dalam analisis tersebut telah dipenuhi. Jumlah data sebanyak 30 dan ratarata residual mendekati nol (0,0000000) juga mendukung keandalan hasil uji ini.

## 2. Uji Linearitas

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Linearitas**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y *	Between Groups	(Combined)	524.383	11	.505	.969 .505
X	Linearity	190.657	1	.065	3.877	.065
	Deviation from Linearity	333.727	10	.731	.679	.731
	Within Groups	885.117	18	49.173		
	Total	1409.500	29			

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi untuk komponen Linearity sebesar 0,065, yang berarti signifikan ( $p > 0,05$ ) meskipun nilai tersebut mendekati batas signifikansi konvensional. Sementara itu, nilai signifikansi pada komponen Deviation from Linearity sebesar 0,731 ( $p > 0,05$ ), menandakan uji linearitas dapat disimpulkan bahwa asumsi linearitas bisa diterima karena nilai signifikansi Deviation from Linearity (0,731) jauh lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan tidak adanya penyimpangan signifikan dari pola linear. Nilai F sebesar 3,877 pada komponen penyimpangan linearitas ( $F = 0,679$ ) memberikan indikasi tambahan bahwa kecenderungan hubungan yang terjadi lebih mengarah pada pola linear dibandingkan dengan pola non-linear.

Dengan demikian, asumsi linearitas terpenuhi, dan analisis lanjutan seperti regresi linier dapat dilakukan secara valid.

### 3. Analisis Deskriptif

**Tabel 4. 3**  
*Hasil analisis Deskriptif*

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	30	42	54	49.90	3.315
Y	30	47	69	56.50	6.972

Tabel di atas menunjukkan statistik deskriptif untuk dua variabel, yaitu X dan Y, berdasarkan data dari 30 responden tanpa adanya data yang hilang. Variabel X memiliki nilai minimum 42, maksimum 54, rata-rata 49,90, dan simpangan baku 3.315, yang menunjukkan bahwa sebagian besar data X tersebar sekitar  $\pm 3,3$  dari rataratanya. Sementara variabel Y memiliki nilai minimum 47, maksimum 69, Rata-rata nilai (mean) pada variabel Y sebesar 56,5 dengan standar deviasi 6,972, yang mengindikasikan bahwa data Y memiliki variasi yang lebih besar dibandingkan dengan variabel X.

**Tabel 4. 4**  
*Kategorisasi Komunikasi Interpersonal*

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	4	13%
Sedang	22	73%
Tinggi	4	14%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sebagian besar responden (73%) menilai bahwa komunikasi interpersonal di antara sesama anggota berada pada kategori sedang. Hal ini mencerminkan bahwa komunikasi sudah berjalan cukup baik, tetapi masih ada hambatan atau kekurangan dalam efektivitas dan kedekatan hubungan antar individu. Masih diperlukan upaya peningkatan keterbukaan, empati, dan komunikasi dua arah untuk mencapai komunikasi interpersonal yang optimal.

**Tabel 4. 5**  
**Kategorisasi Konformitas**

Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	7	23%
Sedang	17	57%
Tinggi	6	20%
Total	30	100%

Mayoritas responden (57%) menilai bahwa tingkat konformitas berada dalam kategori sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa konformitas antar sesama anggota memiliki pengaruh sosial normatif maupun informasional cukup baik. Namun tentunya ada beberapa penilaian yang dioptimalkan untuk memperkuat tingkat kenyamanan antar anggota supaya aspek-asepek seperti kohesivitas, kepercayaan, dan tekanan kelompok terjalin dengan sebagaimana mestinya.

Selanjutnya akan dijelaskan terkait uji hipotesis

#### 4. Uji Korelasional

**Tabel 4. 6**  
**Hasil Uji Hipotesis**

Variabel	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
Komunikasi Interpersonal – Konformitas	0,368*	0,046

Berdasarkan kriteria interpretasi kekuatan korelasi yang dikemukakan oleh Cohen (1988), nilai Pearson Correlation sebesar 0,368 menunjukkan hubungan positif berkekuatan sedang (moderate positive correlation) antara komunikasi interpersonal dan konformitas. Dalam konteks penelitian sosial, nilai korelasi pada rentang 0,30 hingga 0,50 termasuk kategori sedang dan menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang bermakna namun tidak terlalu kuat. Hal ini berarti bahwa komunikasi interpersonal dan konformitas saling terkait, di mana peningkatan pada salah satu variabel akan cenderung diikuti oleh peningkatan pada variabel lainnya.

## **D. Pembahasan**

### **1. Koformitas antar anggota komunitas**

Konformitas dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kecenderungan anggota komunitas Vespa kampus Malang untuk menyesuaikan sikap, perilaku, dan pendapat mereka agar selaras dengan norma, ekspektasi, dan tekanan sosial yang ada dalam komunitas. Model konformitas yang ideal dari perspektif Islam mengintegrasikan dimensi spiritual (takwa), sosial (tanggung jawab kolektif), emosional (kasih sayang dan penerimaan), dan kognitif (pemahaman rasional). Konformitas yang dihasilkan adalah bentuk yang autentik, mendalam, dan berkelanjutan, di mana setiap individu merasa dipanggil untuk mematuhi norma-norma bukan karena tekanan eksternal, tetapi karena komitmen internal terhadap nilai-nilai persaudaraan dan kesejahteraan bersama.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat konformitas anggota komunitas Vespa kampus Malang berada pada kategori sedang hingga tinggi, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 56,5 dari rentang skor 47-69. Standar deviasi sebesar 6,972 mengindikasikan adanya variasi yang cukup beragam dalam tingkat konformitas antaranggota komunitas. Kategorisasi ini menunjukkan bahwa anggota komunitas Vespa memiliki kecenderungan untuk menyesuaikan perilaku mereka dengan norma dan ekspektasi kelompok, yang sejalan dengan karakteristik komunitas hobi dengan identitas kolektif yang kuat.

Temuan ini mendukung teori Baron & Byrne (2005) yang menyatakan bahwa konformitas merupakan bentuk pengaruh sosial di mana individu mengubah sikap dan perilaku agar sesuai dengan norma sosial kelompok. Dalam konteks komunitas Vespa, kelima aspek konformitas yang diidentifikasi Baron & Byrne—pengaruh sosial normatif, pengaruh sosial informasional, tekanan kelompok, kohesivitas kelompok,

dan kepercayaan terhadap kelompok—termanifestasi melalui berbagai aktivitas komunitas seperti touring, gathering, dan kegiatan sosial lainnya. Dari lima aspek konformitas yang diukur berdasarkan teori Baron & Byrne (2005), terlihat bahwa aspek pengaruh sosial informasional memiliki skor tertinggi, diikuti oleh kohesivitas kelompok dan kepercayaan terhadap kelompok yang juga berada pada kategori tinggi. Aspek pengaruh sosial normatif dan tekanan kelompok menempati posisi terendah dengan kategori sedang.

Tingginya skor pada aspek sosial informasional mengindikasikan bahwa anggota komunitas sangat mengandalkan informasi, pandangan, dan pengalaman sesama anggota sebagai dasar keputusan dan tindakan mereka. Kohesivitas dan kepercayaan yang tinggi mencerminkan adanya ikatan emosional kuat serta keyakinan anggota terhadap kemampuan dan integritas kelompok, yang memperkuat perilaku konformitas tersebut.

Nilai t hitung sebesar 2,093 yang melebihi nilai kritis t menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik. Nilai Beta standar (Standardized Coefficient) sebesar 0,368 menunjukkan bahwa pengaruh komunikasi interpersonal terhadap konformitas bersifat positif dan tergolong sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif dalam komunitas Vespa berkontribusi secara substansial dalam membentuk perilaku konformitas anggota. Temuan ini sejalan dengan penelitian Purwaningtyastuti (2016) pada komunitas RX King di Jakarta Utara yang menemukan hubungan positif antara kohesivitas kelompok dengan konformitas ( $r = 0,342$ ,  $p = 0,008$ ). Meskipun fokus variabel berbeda, kedua penelitian menunjukkan konsistensi dalam konteks komunitas otomotif Indonesia, di mana dinamika kelompok memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konformitas anggota

## **2. Komunikasi Interpersonal pada anggota komunitas**

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi, pikiran, dan perasaan antara dua orang atau lebih secara langsung, baik secara verbal (kata-kata) maupun nonverbal (gesture, ekspresi wajah, intonasi). QS. Al-Ahzab: 70-71 mengajarkan bahwa komunikasi antar anggota komunitas harus didasarkan pada kejujuran dan integritas. Ketika anggota komunitas saling berbicara dengan jujur, mereka membangun fondasi kepercayaan yang kuat, yang pada gilirannya meningkatkan kohesivitas kelompok dan konformitas positif terhadap norma-norma komunitas yang bermakna.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat komunikasi interpersonal dalam komunitas Vespa kampus Malang berada pada kategori sedang hingga tinggi, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 49,9 dari rentang skor 42–54. Standar deviasi sebesar 3,315 mengindikasikan bahwa variasi tingkat komunikasi interpersonal antaranggota relatif moderate. Kategorisasi ini mengindikasikan bahwa anggota komunitas Vespa memiliki kecenderungan untuk menjalin interaksi yang positif dan suportif.

Dari lima aspek komunikasi interpersonal yang diukur berdasarkan teori DeVito (2011), sikap positif menempati posisi tertinggi, diikuti oleh empati dan sikap mendukung yang semuanya berada dalam kategori tinggi. Keterbukaan dan kesetaraan dinilai lebih rendah namun masih dalam kategori sedang. Sikap positif sebagai aspek tertinggi mengindikasikan bahwa interaksi yang optimis dan konstruktif antaranggota merupakan faktor utama dalam membangun kualitas komunikasi yang efektif. Hal ini sejalan dengan penelitian Razif (2021) dan Saputra (2022) yang menyebutkan bahwa sikap positif dan empati menjadi elemen penting dalam menjaga solidaritas dan kohesi kelompok komunitas Vespa.

Gap penelitian yang diidentifikasi dalam studi ini adalah minimnya kajian yang secara eksplisit menghubungkan aspek-aspek komunikasi interpersonal dengan konformitas dalam konteks komunitas hobi Vespa, khususnya di Indonesia. Penelitian sebelumnya, seperti oleh Purwaningtyastuti (2016), lebih menekankan hubungan antara kohesivitas kelompok dan konformitas dalam komunitas otomotif, serta oleh Damayanti (2021) yang memfokuskan pada komunikasi interpersonal dan perilaku konformitas dalam organisasi formal mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan mengkaji secara komprehensif hubungan komunikasi interpersonal sebagai variabel prediktor terhadap konformitas dalam komunitas sosial yang bersifat informal, berbasis hobi, dan berkarakteristik unik seperti komunitas Vespa.

Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan aspek sikap positif, empati, dan sikap mendukung dalam komunikasi antaranggota perlu menjadi fokus perhatian bagi pengelola komunitas guna meningkatkan kebersamaan dan keterikatan anggota. Komunikasi interpersonal yang baik dapat menciptakan lingkungan sosial yang ramah dan suportif, sehingga memperkokoh mekanisme sosial yang mendorong konformitas positif dalam komunitas, berujung pada kesolidan dan keberlanjutan komunitas tersebut.

### **3. Hubungan Komunikasi interpersonal dengan konformitas**

Hasil analisis kuantitatif menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara komunikasi interpersonal dan konformitas dalam komunitas Vespa kampus Malang. Temuan ini dibuktikan melalui hasil analisis regresi sederhana yang menghasilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,773 dengan tingkat signifikansi 0,046 ( $p < 0,05$ ), yang berarti setiap peningkatan satu unit komunikasi interpersonal akan berkontribusi terhadap peningkatan konformitas sebesar 0,773 unit. Nilai t hitung

sebesar 2,093 yang melebihi nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% menunjukkan bahwa hubungan tersebut memiliki kekuatan statistik yang memadai untuk mendukung hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh positif komunikasi interpersonal terhadap konformitas.

Analisis korelasi Product Moment Pearson menunjukkan bahwa kontribusi komunikasi interpersonal terhadap konformitas mencapai 36,8% ( $R^2 = 0,368$ ), dengan nilai Beta standar sebesar 0,368 yang mengindikasikan kekuatan hubungan dalam kategori sedang namun signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian Monica, Maharani, Primanisa, dan Yani (2024) yang menemukan korelasi positif antara keterampilan komunikasi interpersonal dan konformitas positif dengan nilai  $R = 0,574$  ( $p < 0,00$ ) pada siswa SMP, meskipun dalam konteks pendidikan formal. Temuan serupa juga dikonfirmasi oleh Damayanti (2021) yang menemukan hubungan positif signifikan antara komunikasi interpersonal dengan perilaku konformitas pada keikutsertaan mahasiswa dalam berorganisasi, meskipun dengan konteks organisasi formal kampus yang berbeda dari komunitas hobi informal seperti Vespa.

Mekanisme hubungan antara komunikasi interpersonal dan konformitas dapat dijelaskan melalui teori pengaruh sosial Baron & Byrne (2005) dan teori komunikasi DeVito (2011). Komunikasi interpersonal yang efektif, yang ditandai dengan tingginya aspek sikap positif (21,6%), empati (20,8%), dan sikap mendukung (20,2%), menciptakan kondisi psikologis yang kondusif bagi terjadinya pengaruh sosial informasional dan normatif. Ketika anggota komunitas berkomunikasi dengan sikap yang positif dan empatik, mereka cenderung lebih terbuka untuk menerima informasi dan pandangan dari anggota lain, yang kemudian memperkuat aspek pengaruh sosial informasional yang merupakan dimensi tertinggi konformitas dalam penelitian ini (22,7%). Konteks komunitas Vespa sebagai kelompok sosial informal

yang didasari oleh passion dan hobi bersama memperkuat dinamika hubungan komunikasi-konformitas ini. Berbeda dengan penelitian dalam konteks pendidikan formal atau organisasi kampus, komunitas Vespa memiliki karakteristik voluntariness dan emotional attachment yang lebih kuat, di mana anggota bergabung atas dasar minat pribadi dan memiliki investasi emosional terhadap identitas kelompok. Hal ini menciptakan motivasi intrinsik yang lebih tinggi untuk mempertahankan kualitas komunikasi interpersonal dan sekaligus menunjukkan perilaku konformitas yang mendukung kohesi kelompok.

Implikasi praktis dari temuan ini menunjukkan bahwa pengelola komunitas Vespa dapat mengoptimalkan strategi pengembangan komunikasi interpersonal untuk memperkuat kohesi dan kontinuitas kelompok. Fokus pada peningkatan sikap positif, empati, dan dukungan dalam interaksi antaranggota dapat menjadi leverage point untuk meningkatkan konformitas positif yang mendukung tujuan bersama komunitas.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui dalam interpretasi hasil. Secara umum, keterbatasan penelitian mencakup aspek desain yang menggunakan pendekatan cross-sectional sehingga tidak dapat menentukan hubungan kausal, sampel yang terbatas pada 30 responden dari komunitas Vespa kampus Malang saja sehingga tidak dapat digeneralisasi ke komunitas lain, instrumen yang masih mengandung beberapa item dengan korelasi rendah dan menggunakan self-report yang rentan terhadap bias sosial, serta analisis yang terbatas pada korelasi bivariat tanpa mengeksplorasi variabel mediator dan moderator.

Skala yang digunakan menggunakan skala likert karena keterbatasan waktu, tenaga dan upaya penyebaran data nya belum optimal, karena dalam penelitian ini sehingga atas rekomendasi untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan skala perilaku.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan hasil pembahaan pada penelitian yang telah dibuat ini dengan judul "Hubungan Komunikasi Interpersonal Dengan Konformitas Pada Komunitas Vespa Kampus Malang" maka dapat ditarik kesimpulan sebagaimana berikut

##### **1. Konformitas pada komunitas vespa kampus**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat konformitas anggota komunitas Vespa berada dalam kategori sedang hingga tinggi, dengan mengindikasikan variasi yang cukup memadai antaranggota. Aspek pengaruh sosial informasional menduduki posisi tertinggi sebagai dimensi konformitas yang paling dominan, diikuti oleh kohesivitas dan kepercayaan terhadap kelompok. Hal ini menandakan bahwa anggota komunitas sangat mengandalkan informasi sesama anggota serta memiliki ikatan emosional dan rasa percaya yang kuat terhadap kelompok, yang memperkuat perilaku menyesuaikan diri. Penelitian ini mengonfirmasi peran kohesivitas dan hubungan sosial sebagai faktor kunci dalam pembentukan konformitas di komunitas otomotif, sekaligus mengisi gap penelitian sebelumnya yang masih minim mengkaji konformitas pada komunitas Vespa secara eksplisit.

##### **2. Komunikasi Interpersonal pada komunitas vespa kampus malang**

Tingkat komunikasi interpersonal dalam komunitas ini tergolong sedang hingga tinggi. Dalam hal ini aspek sikap positif menjadi yang tertinggi, diikuti empati dan sikap mendukung, sementara keterbukaan dan kesetaraan berada pada level sedang. Komunikasi interpersonal yang efektif dan suportif ini menciptakan kondisi sosial yang kondusif untuk menjaga hubungan harmonis antaranggota serta menjadi fondasi terkuat dalam pembentukan norma kelompok. Studi ini memberikan

kontribusi baru dengan memfokuskan komunikasi interpersonal sebagai variabel yang mengatur dinamika sosial dalam komunitas hobi Vespa, dibandingkan mayoritas studi sebelumnya yang lebih menyoroti organisasi formal atau komunitas lain.

3. Hubungan komunikasi interpesonal dengan konformitas pada komunitas vespa kampus malang

Analisis korelasional menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap konformitas. Secara substansial, memperlihatkan seberapa besar peran komunikasi dalam membentuk keselarasan tindakan dan sikap dalam komunitas. Temuan ini konsisten dengan model teori pengaruh sosial yang menegaskan bahwa komunikasi interpersonal yang berkualitas dapat memperkuat pengaruh sosial normatif dan informasional dalam komunitas. Penelitian ini juga mengisi gap khususnya dalam konteks komunitas hobi otomotif yang masih jarang diteliti secara kuantitatif dalam hubungan komunikasi-konformitas

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditarik, berikut adalah saran yang dapat di pertimbangkan oleh pihak-pihak terkait :

1. Bagi anggota komunitas vespa kampus

Anggota komunitas Vespa disarankan untuk terus meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal antaranggota dengan menumbuhkan sikap positif, empati, dan sikap mendukung dalam setiap interaksi. Upaya ini dapat memperkuat kohesivitas kelompok dan meningkatkan solidaritas yang pada gilirannya memfasilitasi konformitas positif dalam komunitas. Partisipasi aktif dalam berbagai kegiatan komunitas seperti touring, gathering, dan diskusi rutin juga sangat dianjurkan untuk mempererat ikatan emosional dan memperkuat norma bersama dalam komunitas.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berikutnya dianjurkan untuk mengembangkan instrumen dengan menambah jumlah item yang valid serta memperbaiki item yang memiliki korelasi rendah untuk meningkatkan reliabilitas instrumen. Selain itu, disarankan menggunakan metode desain campuran (mixed-method) untuk menggali mekanisme komunikasi interpersonal dan proses konformitas secara lebih mendalam. Penelitian longitudinal juga dapat dilakukan untuk melihat dinamika hubungan komunikasi dan konformitas seiring waktu. Variabel tambahan seperti kepemimpinan kelompok, norma sosial, dan motivasi anggota juga dapat dijadikan objek studi untuk memperluas cakupan penelitian. Dengan penerapan saran-saran tersebut, hasil penelitian diharapkan lebih akurat dan bermanfaat baik bagi pengembangan teori, praktik pengelolaan komunitas, maupun penelitian sosial selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Achmad Roisul Kamil (2012), Komunitas Vespa Sebagai Identitas Sosial, *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim (Skripsi)*

Adler, R. B., Rosenfeld, L. B., & Proctor, R. F. (2018). *Interplay: The Process of Interpersonal Communication*. Oxford University Press.

Altman, I., & Taylor, D. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. Holt, Rinehart, and Winston.

Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337–342. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2611>

Anggi Saputri (2018), Komunitas Vespa Indonesia; Malang Vespa. *Universitas Budi Luhur (Skripsi)*

Abdurrouf, A. M. (2023). Hubungan antara self-efficacy dan employee engagement dengan komunikasi interpersonal pada karyawan office di PT Indo cement Tunggal Prakarsa Tbk Banyuwangi. *Etheses.Uin-Malang.Ac.Id.*

Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Social Psychology*.

Baron, R. S., Branscombe, N. R., & Byrne, D. (1996). *Social Psychology*. Allyn & Bacon.

Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). Social Influence: Compliance and Conformity. *Annual Review of Psychology*, 55, 591-621.

Damayanti, R. A. (2021). Hubungan komunikasi interpersonal dengan perilaku konformitas pada keikutsertaan mahasiswa dalam berorganisasi. Skripsi, Universitas Negeri Jakarta.

Deutsch, M., & Gerard, H. B. (1955). A Study of Normative and Informational Social Influences upon Individual Judgment. *Journal of Abnormal and Social Psychology*.

DeVito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book* (13th ed.). Pearson.

Diyanti, H., & Awalya, A. (2022). Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal dengan Interaksi Sosial Siswa Kelas VIII SMP. *Indonesian Journal of Guidance and Counseling: Theory and Application*, 11(3), 105.

Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.

Gamble, T. K., & Gamble, M. (2014). *Communication Works*. McGraw-Hill Education.

Higgins, E. T., & Bargh, J. A. (1987). Social cognition and social perception. *Annual Review of Psychology*, 38, 369-425.

Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. (2010). *Social Psychology* (6th ed.). Pearson Education Limited.

Jalaluddin, R. (2005). *Psikologi Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.

Jones, S. R., & Volpe, E. H. (2011). Organizational Identification: Extending Our Understanding of Social Identities through Interpersonal Relationships. *Journal of Organizational Behavior*, 32(3), 413–434.

Jourard, S. M. (1971). *Self-Disclosure: An Experimental Analysis of the Transparent Self*. Wiley-Interscience.

Kassin, S., Fein, S., & Markus, H. R. (2017). *Social Psychology* (10th ed.). Cengage Learning.

Knapp, M. L., Hall, J. A., & Horgan, T. G. (2013). *Nonverbal Communication in Human Interaction*. Cengage Learning.

Maharani, M. H., & Setyawan, I. (2022). Hubungan konformitas dan pengambilan keputusan pembelian konsumen aplikasi video streaming. *Jurnal Flourishing*, 2(5), 398-414.

Maryati, I. (2021). Perkembangan interaksi manusia berdasarkan jenjang usia. Penerbit Harapan Baru.

Mehrabian, A. (1971). Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes.

Mulyana, D. (2018). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. PT Remaja Rosdakarya.

Myers, D. G. (2016). Exploring Social Psychology (7th ed.). McGraw-Hill.

Ni Ketut Diana Ayu Megasari, Ni Luh Ramaswati Purnawan, Ade Devia Pradipta (2017), Pola Komunikasi Komunitas Vespa Dalam Mempertahankan Solidaritas Kelompok (Studi pada KUTU Vespa Region Bali). Skripsi Universitas Islam Agung Semarang.

Pearson, Judy C., dkk. (1983). Human Communication. New York: McGraw-Hill Book Company.

Purwaningtyastuti, E. D. Y. (2016). Hubungan antara kohesivitas kelompok dengan konformitas pada komunitas RX King di Jakarta Utara. Jurnal Psikologi, 12(2), 45-52.

Repository UIN Sunan Ampel. (2015). Komunikasi interpersonal menurut Deddy Mulyana. Retrieved from [digilib.uinsa.ac.id](http://digilib.uinsa.ac.id)

Reynaldi, Fazadio (2018) Analisis Tema Fantasi dalam Komunitas Malang Vespa. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.

Rogers, C. R. (1951). Client-Centered Therapy: Its Current Practice, Implications and Theory. Houghton Mifflin.

Santrock, J. W. (2007). Life-Span Development.

Sari, Y., Erlyani, N., & Akbar, S. N. (2017). Peranan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kohesivitas Kelompok Pada Komunitas Motor Di Banjarbaru. Jurnal Ecopsy, 3(2). <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v3i2.2658>

Sarwono, S. W. (2016). Psikologi Sosial: Individu dan Teori-Teori Sosial. Penerbit PT RajaGrafindo Persada.

Sears, Taylor, Peplau (2009). Psikologi Sosial. 12th ed. Rawamangun, Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 256.

Sukardi, T. (2014). Dasar-dasar Komunikasi. Pustaka Belajar.

Tubbs, Stewart L. & Sylvia Moss. (2008). Human Communication: Principles and Contexts (11th ed.). New York: McGraw-Hill.

Trihapsari, V. R., & Nashori, F. (2013). Hubungan konformitas dengan kohesivitas siswa MAN Gondanglegi. Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Verderber, Kathleen S. (2015). Inter-Act: Interpersonal Communication Concepts, Skills, and Contexts (14th ed.). New York: Oxford University Press.

Wadsworth. Asch, S. E. (1955). Opinions and Social Pressure. *Scientific American*, 193(5), 31-35.

Wahyudi, T. (2017). Dinamika Kelompok dan Komunikasi Sosial. Universitas Terbuka.

West, R., & Turner, L. H. (2021). Understanding Interpersonal Communication: Making Choices in Changing Times (3rd ed.). Cengage.

Yuki, Gary. 2013. Kepemimpinan dalam Organisasi. Jakarta: Indeks Permata.

## LAMPIRAN

### **Lampiran 1 Skala Komunikasi Interpersonal**

No	Item	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa nyaman menceritakan masalah pribadi kepada anggota komunitas Vespa.				
2	Saya dapat merasakan kesedihan yang dialami anggota komunitas Vespa lainnya.				
3	Saya memberikan dukungan moral kepada anggota komunitas yang mengalami masalah.				
4	Saya selalu jujur dalam menyampaikan pendapat ketika berdiskusi dengan komunitas.				
5	Saya berusaha memahami sudut pandang teman-teman di komunitas Vespa.				
6	Saya menciptakan suasana yang nyaman ketika berdiskusi dengan komunitas.				
7	Saya terbuka menerima kritik dan saran dari sesama anggota komunitas Vespa.				
8	Saya mendengarkan dengan penuh perhatian ketika anggota komunitas bercerita.				
9	Saya menghindari menghakimi ketika anggota komunitas menceritakan masalahnya.				
10	Saya selalu memberikan apresiasi kepada pencapaian anggota komunitas Vespa.				
11	Saya menganggap semua anggota komunitas Vespa memiliki hak yang sama untuk berbicara.				
12	Saya bersikap optimis dalam setiap kegiatan komunitas Vespa.				
13	Saya enggan berbagi masalah pribadi dengan anggota komunitas Vespa lainnya.				
14	Saya sering bersikap defensif ketika dikritik oleh anggota komunitas.				
15	Saya sering mendominasi pembicaraan dalam diskusi komunitas.				

**Lampiran 2 Skala Konformitas**

No	Item	SS	S	TS	STS
1	Saya menyesuaikan perilaku agar disukai anggota komunitas Vespa				
2	Saya mempercayai informasi dari komunitas Vespa lebih dari sumber lain				
3	Saya merasa terpaksa mengikuti kegiatan komunitas agar tidak dikucilkan				
4	Saya berusaha keras agar diterima dalam komunitas Vespa				
5	Saya yakin keputusan komunitas Vespa selalu lebih tepat				
6	Saya sulit menolak ajakan kegiatan komunitas meski tidak ingin				
7	Saya mengikuti gaya berpakaian komunitas agar tidak terlihat berbeda				
8	Saya mengikuti pendapat mayoritas anggota komunitas Vespa				
9	Saya bangga menjadi bagian dari komunitas Vespa kampus				
10	Saya menghindari perilaku yang tidak disukai anggota komunitas				
11	Ketika mayoritas setuju, saya ikut menyetujui keputusan tersebut				
12	Kepentingan komunitas Vespa lebih penting dari kepentingan pribadi				
13	Saya merasa ada tekanan untuk menyesuaikan diri dengan komunitas				
14	Saya tidak merasa memiliki ikatan emosional dengan komunitas Vespa				
15	Saya rela berkorban demi kepentingan komunitas Vespa				
16	Saya percaya keputusan komunitas lebih baik daripada keputusan pribadi				
17	Saya tetap berperilaku sesuai keinginan sendiri meski berbeda dengan komunitas				
18	Saya merasa komunitas Vespa adalah keluarga kedua bagi saya				
19	Saya mengikuti saran komunitas karena mereka lebih berpengalaman				
20	Saya lebih percaya pada penilaian pribadi daripada pendapat komunitas				

### **Lampiran 3 Uji Reabilitas**

#### **Reabilitas Y**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.751	20

#### **Reabilitas X**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.764	15

## Lampiran 4 *Uji Validitas*

### Validitas X

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X01	46.4000	8.938	.440	.745
X02	46.4000	9.076	.540	.734
X03	46.2667	9.030	.584	.730
X04	46.0333	9.964	.415	.749
X05	46.2667	9.306	.483	.740
X06	46.0333	9.895	.448	.747
X07	46.2333	9.220	.529	.736
X08	46.3333	9.264	.480	.740
X09	46.2667	9.030	.584	.730
X10	46.2000	8.924	.664	.723
X11	46.1667	9.730	.377	.751
X12	46.1000	10.024	.311	.756
X13	46.7667	10.668	.090	.771
X14	48.3333	12.299	-.442	.823
X15	48.8000	10.648	.125	.768

## Validitas Y

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	53.2000	42.993	.478	.730
Y02	53.1000	42.921	.544	.726
Y03	54.7333	47.237	.038	.764
Y04	53.6667	39.402	.665	.709
Y05	53.5000	41.017	.612	.717
Y06	54.3000	47.872	.001	.765
Y07	53.5000	38.948	.709	.705
Y08	53.3333	42.023	.672	.718
Y09	52.9000	44.852	.365	.739
Y10	53.3667	46.378	.139	.754
Y11	53.2333	43.771	.406	.735
Y12	53.9667	43.482	.343	.739
Y13	54.7333	44.961	.271	.745
Y14	54.9333	50.754	-.242	.780
Y15	53.7667	42.116	.540	.724
Y16	53.2667	41.375	.715	.714
Y17	53.7667	47.013	.040	.766
Y18	53.0667	46.202	.313	.744
Y19	53.1667	44.902	.410	.737
Y20	54.0000	50.552	-.203	.789

## Lampiran 5 Uji Asumsi

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.48298416
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.073
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.939
	99% Confidence Interval	Lower Bound .933 Upper Bound .945

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

### Uji Linearitas

#### ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	524.383	11	47.671	.969	.505
	Linearity	190.657	1	190.657	3.877	.065
	Deviation from Linearity	333.727	10	33.373	.679	.731
Within Groups		885.117	18	49.173		
Total		1409.500	29			

## Lampiran 6 Analisis Deskriptif

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	30	42	54	49.90	3.315
Y	30	47	69	56.50	6.972
Valid N (listwise)	30				

## Lampiran 7 Uji Hipotesis

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.368 <sup>a</sup>	.135	.104	6.598

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	190.657	1	190.657	4.380	.046 <sup>b</sup>
Residual	1218.843	28	43.530		
Total	1409.500	29			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

### Correlations

		Komunikasi Interpesonal	Konformitas
Komunikasi Interpesonal	Pearson Correlation	1	.368 <sup>a</sup>
	Sig. (2-tailed)		.046
	N	30	30
Konformitas	Pearson Correlation	.368 <sup>a</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.046	
	N	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	50.39	59.67	56.50	2.564	30
Residual	-11.898	12.423	.000	6.483	30
Std. Predicted Value	-2.383	1.237	.000	1.000	30
Std. Residual	-1.803	1.883	.000	.983	30

a. Dependent Variable: Y

**Lampiran 8 Skala Komunikasi Interpersonal**

3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	1	<b>44</b>
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	<b>50</b>
2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	1	<b>47</b>
3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	1	<b>45</b>
2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	1	<b>43</b>
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	1	<b>50</b>
3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	1	<b>49</b>	
3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	1	<b>48</b>
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	1	<b>50</b>
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	<b>53</b>
4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	1	<b>48</b>
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	<b>53</b>
3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	2	2	<b>49</b>
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	1	<b>50</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	2	<b>54</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	1	1	<b>52</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	<b>54</b>
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	1	1	<b>51</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	<b>54</b>
4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	1	1	<b>50</b>
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	<b>53</b>
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	1	1	<b>51</b>
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	1	<b>42</b>
4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	1	1	<b>49</b>
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	1	1	<b>51</b>
4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	1	1	<b>50</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	1	<b>53</b>
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	1	<b>47</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	1	<b>53</b>
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	<b>54</b>

### Lampiran 9 Skala Konformitas

3	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	49	
3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	4	2	50	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	1	1	2	2	3	2	3	3	2	49	
2	4	1	2	4	2	2	3	4	3	2	2	2	2	3	3	2	4	3	3	53	
3	4	1	1	2	2	1	2	4	4	1	3	1	1	3	3	4	3	4	1	48	
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	56	
2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	2	2	2	2	3	2	4	4	3	53	
4	3	1	3	2	2	1	3	4	4	4	4	1	1	2	3	2	4	3	2	53	
3	3	2	2	2	2	3	3	1	3	3	1	2	1	1	3	3	3	3	3	47	
2	3	1	1	3	1	2	2	4	3	4	2	1	2	3	2	3	3	4	2	48	
3	3	1	2	2	2	2	3	4	3	3	2	1	1	3	3	2	4	2	2	48	
2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	47	
4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	1	4	1	3	4	4	4	4	4	69	
2	4	1	2	3	2	4	4	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	65	
4	3	3	4	4	1	4	3	4	4	4	2	1	1	3	4	4	4	3	1	61	
4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	2	69	
4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	2	4	1	3	4	1	60	
4	4	1	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	1	3	3	3	4	3	3	54	
4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	2	1	1	2	4	4	4	1	61	
4	4	4	4	2	2	2	2	4	3	3	2	2	2	1	2	2	4	4	3	58	
4	4	2	4	4	1	4	4	4	1	4	2	2	2	1	4	4	1	3	3	57	
3	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	4	51	
4	4	1	4	4	2	4	4	4	2	4	3	1	1	3	4	1	3	3	4	60	
2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	53	
4	4	1	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	1	4	4	1	3	4	1	62	
4	4	1	3	3	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	68	
4	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	2	1	3	4	2	4	4	3	65	
4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	56	
4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	1	4	4	2	3	3	3	2	65