

***PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP* DITINJAU DARI *SELF IDENTITY*
PADA KOMUNITAS DZIKIR REMAJA AL KHIDMAH UIN SUNAN
AMPEL SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata Satu
(S1) Psikologi (S.Psi)



ASRIFAH INSTANTI
J71214033

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Psychological Ownership Ditinjau dari Self Identity pada Komunitas Dzikir Remaja Al Khidmah UIN Sunan Ampel Surabaya*" merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 30 Maret 2018



Asrifah Istanti

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

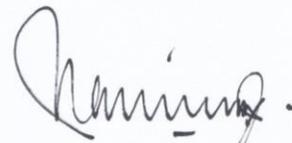
***PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP* DITINJAU DARI *SELF IDENTITY* PADA
KOMUNITAS DZIKIR REMAJA AL KHIDMAH UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA**

Yang disusun oleh
Asrifah Istanti
J71214033

Telah disetujui untuk diajukan pada sidang skripsi

Surabaya, 13 April 2018

Dosen Pembimbing



Drs. H. Hamim Rosyidi, M. Si
NIP.196208241987031002

SKRIPSI
PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP DITINJAU DARI SELF IDENTITY
PADA KOMUNITAS DZIKIR AL KHIDMAH UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

Yang disusun oleh
Asrifah Istanti
J71214033

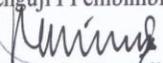
Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal 13 April 2018



Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan

Prof. Dr. Moh. Sholeh, M.Pd
NIP. 195912091990021001

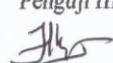
Susunan Tim Penguji
Penguji I Pembimbing


Drs. H. Hamim Rosyidi, M. Si
NIP. 196208241987031002

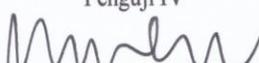
Penguji II


Dr. S. Khorriyatul Khotimah, M. Psi, Psikolog
NIP. 197711162008012018

Penguji III


Dr. Jainudin, M. Si
NIP. 196205081991031002

Penguji IV


Lucky Abrorry, M. Psi, Psikolog
NIP. 197910012006041005

umumnya akan terjadi sebelum identitas diri terbentuk. Remaja mengalami krisis identitas karena merasa sudah terlalu besar untuk dikategorikan anak-anak, namun belum bisa dikategorikan dalam kelompok dewasa. Krisis identitas diri pada remaja menyebabkan banyak terjadi demoralisasi antara lain : kekerasan di kalangan remaja, bahasa dan kata-kata yang memburuk, pengaruh *peer group* dalam tindak kekerasan, meningkatnya perilaku merusak diri, menurunnya rasa hormat pada orang tua dan guru serta tumbuhnya rasa posesif atau rasa memiliki pada suatu objek baik itu berupa benda ataupun non benda.

Remaja mulai mengembangkan konsep dan ide-ide yang berbeda daripada yang dikemukakan oleh orang tua, guru, maupun orang dewasa di sekitarnya. Remaja mulai mengedepankan penegasan pendapat pribadinya dan sebisa mungkin melepaskan pengaruh orang dewasa, namun pada saat yang sama remaja masih mempertahankan identitas dirinya terhadap kelompok sebaya (Hurlock, 1994). Para remaja lebih banyak terlibat proses pengambilan keputusan di antara pilihan-pilihan yang penting dalam hidupnya. Keputusan-keputusan selama masa remaja mulai membentuk inti tentang bagaimana individu menunjukkan keberadaannya sebagai manusia, konsep yang disebut para ahli sebagai identitas diri (Archer, dalam Santrock, 2007).

Identitas diri merupakan prinsip kesatuan yang membedakan diri seseorang dengan orang lain. individu harus memutuskan siapakah dirinya

sebenarnya dan bagaimanakah perannya dalam kehidupan nanti (Kartono dan Gulo, 2003).

Setiap orang mempunyai berbagai kebutuhan dalam hidupnya salah satu yang cukup penting adalah 'kebutuhan akan identitas', yaitu suatu kebutuhan untuk dapat mengatakan kepada orang lain bahwa "saya adalah saya" bukan "saya adalah yang kamu inginkan". Berdasarkan identitas ini, setiap orang mempunyai derajat kesadaran diri dan pengetahuan tentang kemampuan-kemampuannya.

Remaja membentuk identitasnya dengan menggabungkan identifikasi sebelumnya menjadi struktur psikologis baru, lebih besar dari jumlah bagian-bagian yang membentuknya (Erikson dalam Papalia, Olds, Feldman, 2009).

Pentingnya pencapaian identitas diri pada remaja adalah untuk menetapkan langkah atau sebagai pijakan kuat bagi remaja dalam menjalani periode masanya untuk menjadi individu yang bertanggung jawab dan berkarakter sesuai dengan apa yang diyakininya benar. Pemikiran-pemikiran jangka panjang yang menyangkut perannya di masyarakat dan di kemudian hari, masa depan dan pekerjaannya serta dirinya sendiri ini juga menjadi salah satu hal yang membawa remaja untuk mencapai identitas diri.

Pada dasarnya identitas diri pada remaja merupakan penjelasan tentang diri remaja itu sendiri yang menyangkut konsep diri, pekerjaan, dan perannya di masyarakat yang menjadikan keunikan seseorang, keinginan untuk menjadi orang yang berarti dan mendapatkan pengakuan dari lingkungan masyarakat.

Identitas diri jelas diperlukan individu agar dapat menjalankan kehidupannya. Individu yang tidak memiliki pemahaman yang baik mengenai dirinya, akan lebih besar kemungkinannya hidup dalam ketidakpastian serta tidak mampu menyadari keunggulan maupun kekurangan yang ada pada dirinya. Individu tersebut akan menjadi individu yang tidak percaya diri dan tidak memiliki kebanggaan pada dirinya sendiri (dalam Hasanah, 2013).

Identitas diartikan sebagai cara hidup tertentu yang sudah dibentuk pada masa-masa sebelumnya dan menentukan peran sosial yang harus dijalankan (Rumini dan Sundari, 2004). Seseorang akan mengevaluasi kembali pemahaman tentang sifat seseorang dengan melihat apa yang sebenarnya penting untuk seseorang berkaitan dengan identitas diri (Parfit, dalam Lizza, 1993)

Remaja juga merupakan suatu periode yang mengalami perubahan dalam hubungan sosial (Yusuf, 2002). Sikap remaja dalam menentukan identitas dirinya masuk ke dalam sebuah komunitas membuatnya banyak mencoba-coba hal baru dan mencoba masuk dalam berbagai komunitas tersebut. Anak dalam tahap perkembangan remaja ini masih harus banyak belajar melalui enkulturasi, sosialisasi dan adaptasi aktif (Monks, 2006).

Ketika seorang remaja masuk dan bergabung dalam komunitas, terbentuklah identitas diri seorang remaja. Hal tersebut membuat seorang remaja memiliki perasaan memiliki pada komunitas tersebut. Menurut Formanek (1991), rasa kepemilikan terhadap berbagai objek itu penting dan

memiliki efek potensial yang kuat terhadap psikologis dan perilaku seseorang. Dari perasaan memiliki pada komunitas tersebut membuat seorang remaja memiliki identitas diri yang sesuai dengan komunitas yang diikutinya.

Kepemilikan terhadap komunitas tertentu atau kepemilikan terhadap suatu hal dapat terarahkan kepada hal-hal yang negative ataupun kepada hal-hal yang positif. Perasaan memiliki terhadap suatu hal berimplikasi pada identitas diri dan rasa *posesif* yang dimiliki. Dalam konteks yang negative, rasa kepemilikan tersebut mengarah pada hal-hal yang kurang baik.

Remaja yang terlibat dalam sebuah komunitas atau anggota dalam sebuah grup tertentu menimbulkan rasa posesif atau rasa memiliki terhadap komunitas atau grup tersebut. Dan hal tersebut terpancar terlihat dalam kehidupan sehari-harinya. Contohnya, ketika seorang remaja masuk dalam komunitas vespa, pasti dia mempunyai motor vespa dan memiliki kepemilikan psikologis dalam komunitas vespa tersebut serta mengikuti setiap kegiatan vespa yang berlangsung dalam komunitas tersebut.

Begitupun ketika seorang remaja masuk dalam sebuah komunitas pecinta Korean pop atau Kpop lalu bergabung dengan salah satu komunitas pecinta kpop (fandom), maka remaja memiliki beberapa barang yang menunjukkan kecintaannya pada idola dan mengembangkan rasa kepemilikan psikologis tersebut terhadap idolanya tersebut. Begitu juga dengan seorang remaja yang bergabung dalam kelompok supporter bola, maka remaja tersebut memiliki

beberapa atribut tim sepak bola kebanggaannya dan mengembangkan rasa kepemilikannya dengan selalu mendukung tim favoritnya berlaga.

Fenomena tentang kepemilikan psikologis terjadi di ranah dunia seperti kejadian yang terjadi di Korea. Karena memiliki rasa kepemilikan psikologis yang berlebihan seorang fans dilaporkan meninggal dunia setelah mendengar kabar idolanya menikah. Idol tersebut adalah Sungmin Super Junior. Sungmin Super Junior membuat kabar yang mendadak tentang pernikahannya dan hal tersebut membuat seorang fansnya bunuh diri. Bahkan dilaporkan ada 4 orang fans yang memutuskan mengakhiri hidupnya dengan bunuh diri setelah mendengar kabar tersebut. Kejadian tersebut terjadi di di Geongsan, Geonbeok dan Gwangju, Korea Selatan. Bahkan setelah kejadian itu penggemar Super Junior (ELF) di Korea membuat petisi untuk pengunduran diri Sungmin dari kegiatan Super Junior. Hal tersebut terjadi karena rasa kepemilikan psikologis seorang fans terhadap idolanya yang tidak merelakan idolanya menikah (Pemita, 2014).

Di Indonesia sendiri fenomena kepemilikan psikologis pada kelompok supporter tertentu berujung dalam sebuah kerusuhan sampai hilangnya nyawa. Pada tahun 2014 The Jak Mania (supoerter Persija Jakarta) dan Viking (Suporter Persib Bandung) terlibat bentrok di Stadion Utama Gelora Bung Karno (SUGBK) hal itu terjadi karena pihak kepolisian melarang Bobotoh masuk ke dalam stadion dan karena hal tersebut, 3 fans Persib Bandung atau Viking meninggal dunia. Pada 22 Juni 2013, bus Persib hancur setelah

mendapat serangan dari The Jakmania. Bus yang ditumpangi tim besutan Djadjang Nurdjaman itu dilempari batu dan bom molotov oleh The Jakmania saat menuju ke Stadion Utama Gelora Bung Karno. Ironisnya, kejadian itu terjadi saat bus baru 50 meter meninggalkan tempat penginapan, yakni Hotel Kartika Chandra, Jakarta. Melihat timnya sedang dalam masalah, manajer Persib, Umuh Muchtar memutuskan untuk kembali ke Bandung. Pertandingan melawan Persija pun ditunda (Nuralam, 2014).

Fenomena tentang akibat dari kepemilikan psikologis juga terjadi pada bintang Korean pop, Taeyeon Girl Generations saat datang ke Jakarta. Yakni fans Taeyeon yang menyambutnya di Bandara Soekarno Hatta datang dengan begitu banyak dan penuh antusias, hal tersebut membuat Taeyeon kesulitan bergerak hingga dirinya terjepit ditengah kerumunan fans yang ingin menyentuhnya dan melihat dirinya dari jarak dekat. Rasa kepemilikan psikologis fans Taeyoen terhadap bintang idolanya yang berlebihan tersebut juga membuat Taeyeon tejatuh, terjungkal dan menangis, meskipun begitu Taeyeon dalam aksiun instagramnya mengkhawatirkan nasib beberapa fansnya yang juga ikut terjatuh dalam kericuhan penyambutan dirinya di bandara (Priherdityo, 2017).

Fenomena yang hangat terjadi disekitar kita adalah saat beberapa suporter sepak bola yang rata-rata berusia remaja terlibat dalam tawuran antar suporter sepakbola lainnya. yang membuat hal tersebut berbeda adalah mereka merupakan suporter sepak bola interlokal atau tim luar Indonesia. Dilaporkan

bahwa panasnya leg kedua semifinal Liga Champions antara Madrid melawan Juventus di Santiago Bernabeu merembet ke penggemar mereka di Jakarta yang menggelar nobar. Saat pertandingan masih berlangsung, kedua suporter terlibat bentrokan. Fans setia Juventus dan Madrid saling lempar benda di dalam GOR Otista, dari mulai botol minuman, meja hingga kursi lipat. Kedua belah pihak juga saling ejek satu sama lain. Situasi semakin memanas karena ada fans yang menyalakan *flare* sehingga ruangan penuh asap. Bentrok baru mereda setelah satu anggota polisi datang ke lokasi (Thomas, 2015).

Belum lama ini juga terjadi bentrok antara bonek dan kelompok silat PSHT di Surabaya. Sebelumnya diberitakan, aksi pengeroyokan kepada dua anggota kelompok PSHT terjadi pada Minggu (1/10/2017) di kawasan Balongsari Surabaya. Pengeroyokan itu adalah buntut dari bentrok antara kelompok Bonek dan PSHT sehari sebelumnya usai pertandingan Persebaya di GOR Bung Tomo (Faizal, 2017).

Selain itu fenomena lainnya tentang Bonek yang masih sangat hangat adalah konvoi yang dilakukan oleh ribuan Bonek Mania atau pendukung fanatik kesebelasan Persebaya Surabaya tumpah ruah di jalan-jalan utama Kota Surabaya, Jawa Timur. Mereka menyambut kedatangan tim Persebaya yang baru saja menjuarai kompetisi Liga 2 mengalahkan PSMS Medan di Stadion Bandung Lautan Api, Bandung, Jawa Barat. Seperti ditayangkan *Fokus Malam Indosiar*, Kamis (30/11/2017), kegembiraan para Bonek itu mencapai puncaknya karena kesebelasan kesayangan Arek Suroboyo itu bukan hanya

menang. Namun, naik kasta pada kompetisi tahun depan dan masuk ke ajang kompetisi Liga 1. Para Bonek berkonvoi dari Bandara Juanda Sidorarjo menyusuri Jalan Aloha, Waru, dan berakhir di lokasi perayaan kemenangan di Jalan Ahmad Yani Surabaya. Sepanjang jalan mereka meneriakkan yel-yel khas Bonek (Sofian, 2017).

Senada dengan fenomena diatas, ada fenomena yang menarik untuk dikaji yaitu adanya *psychological ownership* pada komunitas dzikir Al Khidmah di UIN Sunan Ampel Surabaya. Berdasarkan hasil wawancara dengan senior Al Khidmah UIN Sunan Ampel Surabaya, senior tersebut menyatakan bahwa “Saya tidak suka ketika kamu menjelek-jelekkkan komunitas saya. Itu punya saya, itu bagian dari diri saya. Ketika kamu mengatakan hal tersebut saya merasa sakit hati”. Salah satu anggota komunitas mengatakan hal tersebut pada peneliti. Dan dari fenomena yang ada, seseorang yang masuk dalam sebuah komunitas telah menganggap bahwa komunitas tersebut miliknya dan orang tersebut tidak suka jika ada orang lain yang menjelek-jelekkkan komunitasnya. Selain itu, peneliti menemukan sebuah fakta dilapangan bahwa ketika seseorang masuk atau bergabung salam sebuah komunitas, maka hal-hal yang terdapat dalam komunitas menjadi prinsip yang mengakar dalam kehidupan keseharian anggota komunitas tersebut. Seperti contohnya, seseorang yang bergabung dalam komunitas dzikir, keseharian orang tersebut cenderung lebih sabar dan banyak menggunakan kalimat-kalimat islami dalam kehidupannya dibanding orang-orang yang tidak bergabung dengan komunitas dzikir.

Prillelytsky (dalam Falatehan, 2017) menyatakan bahwa komunitas yang kuat dapat menguntungkan individu, kualitas hidup individu, dan komunitas itu sendiri (*intertwined*). Identifikasi anggota sebagai bagian dari karakteristik komunitas inilah yang dilihat dalam kajian psikologi mengenai komunitas sebagai konsep dari rasa memiliki komunitas (*sense of community*).

Dari beberapa fenomena diatas menunjukkan bahwa kepemilikan psikologis sebagai keadaan yang membuat mereka merasa seolah-olah target kepemilikan tersebut adalah milik mereka dan menimbulkan rasa *possesif* (memiliki) pada objek tersebut. *Psychological ownership* dalam fenomena diatas mengacu pada hubungan antara individu dan objek dimana objek itu terhubung dengan diri sendiri.

Psychological ownership atau kepemilikan psikologis bisa disebabkan karena *self identity* atau identitas diri yang tercipta dalam konsep diri seorang individu. Semakin dia mengidentitaskan dirinya dengan objek yang dianggap dimilikinya maka semakin besar rasa kepemilikannya terhadap objek tersebut (Blau, Ina & Caspi, Avner, 2011)

Berdasarkan uraian diatas, peneliti sangat tertarik meneliti “Hubungan antara *self identity* dengan *psychological ownership* pada komunitas dzikir remaja”. Karena kepemilikan psikologis yang terdapat pada fenomena diatas cenderung terarah pada hal yang negative bagaimana dengan kepemilikan psikologis pada komunitas dzikir remaja.

kolaborasi sebagian karena mereka tidak ingin kehilangan rasa kepemilikan pribadi atau untuk mengurangi rekan kerja kepemilikan.

Penelitian lain yang berjudul “*Psychological ownership and affective reaction: Emotional attachment process variables and the endowment effect*” menunjukkan hasil bahwa konsep keterikatan emosional, dan khususnya konstruksi independen kepemilikan psikologis dan Reaksi afektif, dapat membantu menjelaskan banyak temuan efek endowmen yang terdokumentasi dalam literatur. Kami mendefinisikan konstruksi ini dan kemudian menguji mereka melintasi serangkaian sembilan penelitian di mana kita berdua meniru sebelumnya dan menghasilkan temuan efek endowmen baru, dan kemudian menunjukkannya Kepemilikan psikologis dan reaksi afektif dapat memediasi efeknya. Dengan demikian, kami menawarkan dukungan empiris langsung untuk gagasan emosional lampiran sebagai penggerak penghindaran kerugian sementara juga memberi praktisi dan efek endowmen masa depan para periset dengan wawasan baru tentang Proses psikologis yang mendasari efek endowmen.

Penelitian tentang *psychological ownership* memang belum banyak dilakukan di Indonesia tapi ada beberapa peneliti yang mengambil topic tersebut diantaranya adalah Leo Simanjuntak (2016) yang berjudul “*Psychological Ownership to Organization sebagai Mediator dalam Hubungan antara Leader-Member Exchange (LMX) dan Prosocialvoice pada Perawat*” menunjukkan hasil bahwa hubungan pemimpin dengan karyawan (LMX)

terbukti memiliki hubungan positif yang signifikan dengan *psychological ownership*. *Psychological ownership* juga terbukti memiliki hubungan positif yang signifikan dengan *voice*. Dalam penelitian ini kualitas hubungan pemimpin dengan karyawannya (LMX) terbukti memiliki hubungan positif yang signifikan dengan *voice*. Dan terjadi hubungan yang tidak signifikan antara LMX dan *voice* ketika melibatkan *psychological ownership* sebagai variable mediator. Jadi, dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini adalah *psychological ownership* memediasi secara sempurna (*full mediation*) pada hubungan LMX dan *voice*.

Selanjutnya Angela Wulan Debora (2012) juga mengambil topic yang sama dalam penelitiannya dengan judul “Hubungan Kualitas Hidup dan *Psychological Ownership* pada Pengemudi Mobil Pribadi Dewasa Muda yang Melakukan Komuter ke Jakarta” yang menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan antara domain *psycal* dari kualitas hidup seorang pengemudi mobil yang menyetir sendiri dan *psychological ownership*. Selain itu terdapat juga hubungan yang signifikan antara *psychological* dan kualitas hidup seorang pengemudi mobil yang menyetir sendiri dan *psychological ownership*. Dan terdapat juga hubungan yang positif signifikan antara domain *social relations* dan kualitas hidup seorang pengemudi mobil yang menyetir sendiri dan *psychological ownership*.

Penelitian lain tentang *psychological ownership* dilakukan oleh Evita Puspita Sari (2013) yang berjudul “Hubungan *Celebrity Worship* dengan

Psychological Ownership pada Fans Kpop (Studi pada Fans Super Junior di Bandung”, dari penelitian tersebut ditemukan hasil bahwa sebagian besar *fans* (penggemar) Super Junior di Bandung berada dalam *celebrity worship* kategori sedang (Intense-Personal). Hal ini menunjukkan bahwa *fans* (penggemar) tersebut merasa bahwa mereka memiliki kedekatan khusus dengan Super Junior dan menganggap Super Junior sebagai kekasih atau belahan jiwa mereka. Selain itu sebagian besar *fans* (penggemar) Super Junior berada dalam *psychological ownership* yang sedang. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan *fans* (penggemar) untuk merasa memiliki Super Junior dan menjadikan Super Junior sebagai bagian dari diri mereka dengan cara mengontrol, mengenal lebih dekat, dan menginvestasikan diri untuk Super Junio. Dan hasil dari uji korelasi *product moment* menunjukkan bahwa antara *celebrity worship* dengan *psychological ownership* terdapat hubungan yang sangat kuat dan signifikan pada tingkat signifikansi 0.05.

Dari beberapa penelitiann yang telah terpublikasikan tentang *psychological ownership*, terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian yang akan diangkat. Persamaan dari penelitian sebelumnya yakni mengenai topic dan tema yang sama-sama membahas *psychological ownership*. Sedangkan perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek yang dipilih peneliti merupakan sekelompok komunitas dzikir remaja yang terdapat di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Perbedaan selanjutnya

Mann (dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002) menuliskan “*what I own feels like a part of me.*” Perasaan memiliki terhadap berbagai objek ini penting dan memiliki efek psikologis serta perilaku yang kuat. Target yang dimaksud dalam definisi tersebut biasanya berbentuk *tangible* (sesuatu yang nyata) seperti mainan, rumah, tanah, dan orang lain serta *intangible* berupa hasil pekerjaan seseorang, ide, dan kreasi.

Menurut Dittmar (dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002), merupakan hal yang biasa bagi seseorang secara psikologis mengalami koneksi antara diri dengan berbagai macam target kepemilikan seperti rumah, mobil, ruang, dan seseorang lain. perkembangan rasa kepemilikannya, misalnya, menimbulkan efek positif dan menggembirakan (Formanek, 1991).

Pierce, Kostova, Dirks (2002) berpendapat bahwa *psychological ownership* dapat dibedakan dari konstruk lainnya, berdasarkan inti konseptualnya sendiri yaitu *possessiveness* dan *motivational bases*.

Rasa dari kepemilikan atau *sense of ownership* menyatakan makna dan emosi yang biasa dihubungkan dengan ‘*my*’, ‘*mine*’ dan ‘*our*’. *Psychological ownership* menjawab pertanyaan “*what do I feel is mine?*” dan konsep inti dari kepemilikan (Wilpert, 1991, dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002) terhadap target tertentu (contoh hasil pekerjaan seseorang, mainan, rumah, tanah, dan orang terdekat) baik legal maupun tidak adanya kepemilikan secara hukum.

Furby (dalam Dyne & Pierce, 2004) juga menyatakan bahwa *sense of possession* (merasakan seolah-olah sebuah objek, kesatuan, atau ide adalah 'mine' atau 'ours') adalah inti dari *psychological ownership*.

Psychological ownership merefkesikan hubungan seseorang dan dengan sebuah objek (bersifat materi maupun *immaterial*), ketika objek tersebut memiliki hubungan yang dekat dengan seseorang (Furby 1978, dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002).

Kepemilikan memegang peran dominan dalam identitas seseorang dan menjadi bagian dari *extended self* (Belk 1998, dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002). Seperti disebutkan Issac (dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002), bahwa apa yang menjadi milik seseorang (dalam perasaan) juga merupakan bagian dari diri seseorang. *Extended self* yang dimaksud bukan kesatuan fisik, namun rasa kepemilikan secara psikologis sendiri (Scheibe, dalam Deborah 2012). Contohnya ketika seseorang menunjuk sebuah kursi sebagai kursi kesukaannya untuk duduk. Kursi tersebut bukanlah bagian dari diri seseorang, namun sebaliknya, kata-kata 'kesukaan' yang seseorang rasakan sudah mewakili arti menjadi bagian dirinya. *Extended self* meliputi orang, benda, atau tempat yang menjadikan bagian dalam diri seseorang secara psikologis (Brown, dalam Deborah 2012).

Dalam Pierce, Kostova, Dirks (2002), kondisi *psychological ownership* adalah kondisi yang kompleks dan terdiri dari komponen

kognitif dan afektif. *Psychological ownership* merupakan kondisi, dimana seseorang sadar melalui proses intelektual. *Psychological ownership* merefleksikan kesadaran, pemikiran, dan kepercayaan seseorang sehubungan dengan target kepemilikan. Kondisi kognitif ini juga melibatkan sensasi emosional atau komponen afektif. Perasaan memiliki disebutkan menghasilkan perasaan senang pada hakekatnya yang disertai dengan perasaan kompeten dan perasaan keberhasilan (White dalam Pierce, Michael, dan Coghlan, 2004). Komponen afektif akan terlihat jelas ketika seseorang mengaku bahwa target (objek) adalah milik dia ataupun mereka, atau milik sekelompok orang. Contohnya adalah, “karya itu milikku” atau “rumah itu milik kami”.

Pemahaman tentang *psychological ownership* tersebut membantu membedakan antara *psychological ownership* dengan *legal ownership*. Meskipun mungkin saja terkait, *legal* dan *psychological ownership* berbeda secara signifikan. *Legal ownership* dikenal oleh masyarakat, dan oleh karena hak-hak kepemilikan dispesifikasikan dan dilindungi oleh system hukum. Sebaliknya, *psychological ownership* dikenal atau disadari oleh seseorang yang merasakan perasaan ini. sebagai hasilnya, individu tersebut akan menunjukkan hak-hak yang dirasakan dan diasosiasikan dengan *psychological ownership*.

Menurut McCracken (dalam Peck, Joann & Shu, Suzanne B, 2011), seseorang dapat memiliki sebuah benda secara hukum, seperti contohnya

mobil, rumah, namun tidak menyatakan benda secara hukum, seperti contohnya mobil, rumah, namun tidak menyatakan benda tersebut sebagai milik mereka. Kondisi ini menunjukkan bahwa seseorang tidak menyatakan sebuah benda sebagai milik mereka karena mereka tidak menemukan makna pribadi dari sebuah objek, sesuatu yang mengkondisikan untuk menyatakan sesuatu sebagai miliknya (McCracken, dalam Peck, Joann & Shu, Suzanne B, 2011).

Tanggung jawab yang muncul pada *legal ownership*, biasanya terbentuk karena adanya system hukum, sementara pada *psychological ownership*, tanggung jawab muncul dari individu itu sendiri untuk bertanggung jawab dan mengakui suatu objek yang bukan miliknya sebagai miliknya. Lebih jauh lagi, *psychological ownership* dapat muncul meskipun tidak ada *legal ownership*, seperti yang disebutkan Furby (1980) (dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002).

Jadi, *psychological ownership* adalah perasaan memiliki oleh seseorang terhadap suatu benda baik material yang berupa benda dan fasilitas maupun non material berupa ide, seni artistic, suara dan lain-lain yang menyebabkan perasaan memiliki tersebut membuat seseorang merasa suatu objek adalah miliknya tanpa ada lisensi kepemilikan resmi pada objek tersebut.

hubungan yang terbentuk antara seseorang dengan target tersebut. Pierce, Kostova, Dirks (2002) menambahkan bahwa seseorang akan menyadari bahwa secara psikologis terikat dengan sebuah objek sebagai hasil dari partisipasi aktif atau terasosiasi dengan objek tersebut. Misalnya, seseorang yang tergabung dalam sebuah komunitas tertentu, akan merasa memiliki komunitas tersebut karena sudah bergabung dan bersama dalam setiap kegiatan komunitas tersebut.

c. *Investing the self into the target*

Menurut Locke (dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002), setiap orang memiliki hasil kerja sendiri. Bagaimanapun, seseorang akan merasa memiliki apa yang dikerjakan, dibentuk, dan dihasilkan sendiri. Mulai hasil pekerjaan sendiri, seseorang tidak hanya menginvestasikan waktu dan usaha fisik, namun juga energi psikis ke dalam hasil pekerjaannya. Benda atau sesuatu akan terlekat pada seseorang yang membuatnya karena benda atau sesuatu tersebut adalah hasil seseorang yang mengusahakannya, sehingga seseorang yang membuat benda tersebut merasa memiliki, sama seperti seseorang merasa memiliki dirinya (Durkheim, dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002). Usaha dan investasi dari diri seseorang pada suatu benda membuat seseorang merasa menjadi satu dengan objek tersebut dan membangun perasaan memiliki

(Porteous, 1976, dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002). Semakin seseorang merasakan perasaan yang kuat terhadap suatu objek, maka objek tersebut dapat dipertimbangkan sebagai *home* atau *my place*. Menurut Heidegger, Polanyi, Dreyfus (dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002), ketika seseorang menghuni sesuatu, maka sesuatu bukanlah sebuah objek lagi namun telah berubah menjadi bagian dari seseorang dan akhirnya seseorang akan terikat secara psikologis terhadap benda tersebut.

b. *Efficacy* dan *effectance*

Need of efficacy adalah kebutuhan seseorang untuk merasa berpengaruh atau memiliki control atas lingkungannya (Pierce, Kostova, Dirks, 2002), sedangkan *effectance motivation* adalah kebutuhan untuk berinteraksi secara efektif agar menghasilkan hasil yang diinginkan dalam sebuah lingkungan (White, 1959, dalam Dyne & Pierce, 2004). Menurut Pierce, Kostova, Dirks (2002), setiap manusia memiliki *needs of efficacy* dan *need of effectance*. *Need of efficacy* mengarahkan seseorang untuk memiliki sebuah objek dalam lingkungan. Menurut penelitian White (dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002), mengontrol sebuah objek kepemilikan menghasilkan kesenangan dan mengarahkan persepsi ke *personal efficacy*. Furby (dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002) menyatakan bahwa kepemilikan menjadi bagian dari

berdasarkan pandangan orang lain. *Possession* berperan penting dalam proses ini karena orang lain akan memberikan penilaian dan evaluasi terhadap seseorang berdasarkan benda-benda yang dimiliki seseorang (McCracken, dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002). Selain itu, dalam mengekspresikan *self identity* seseorang. Selain menambahkan kekuasaan pada orang lain, *possession* juga mengkomunikasikan identitas seseorang kepada orang lain, sehingga mereka mendapatkan pengenalan dan *social prestige*. Orang seringkali memperhatikan bagaimana orang lain melihat mereka dengan berbagai kepemilikan, (*possessions*) (Munson & Sprivey, 1980, Pierce, Kostova, Dirks, 2002). Oleh karena itu, biasanya seseorang akan selalu berusaha untuk mencocokkan kesan tentang dirinya dengan kesan yang dimiliki oleh produk-produk tertentu (Sirgy, dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002). Menurut Kamptner, Price, Arnould, Curasi, Rochberg-Halton, 1980, (dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002), *possessions* secara psikologis sangat berarti bagi seseorang sebagai suatu hal yang dapat membuat seseorang memperoleh dan mencapai kontinuitas dirinya. *Possessions* membuat seseorang merasa nyaman dan secara kontinu terhubung dengan masa lalu dan masa kini seseorang. Cram dan Paton (dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002) memberi contoh bahwa ketika seseorang bertambah tua, mereka

Meskipun pembentukan identitas diri telah diidentifikasi sejak masa anak-anak, namun pada masa remaja ia menerima dimensi-dimensi baru karena berhadapan dengan perubahan-perubahan fisik, kognitif, dan relasional.

Erikson (dalam Adams, 1998) menjelaskan identitas sebagai perasaan subjektif tentang diri yang konsisten dan berkembang dari waktu ke waktu. Dalam berbagai tempat dan berbagai situasi, seseorang masih memiliki perasaan menjadi orang yang sama. Sehingga, orang lain yang menyadari kontinuitas karakter individu tersebut dapat meresponnya dengan tepat. Sehingga, identitas bagi individu dan orang lain mampu memastikan perasaan subjektif tersebut.

Menurut Chaplin (2011), identitas diri merupakan diri atau *aku* sebagai individu atau sebagai makhluk sadar akan dirinya sebagai aku meliputi sifat karakteristik yang pokok.

Berzonsky (dalam Sunarni, 2015) mengembangkan tiga model pembentukan identitas diri sosial-kognitif yang terdiri dari: informative, normatif dan penolakan. Ketiga model ini dikembangkan berdasarkan perbedaan proses sosial dan kognitif yang dilakukan oleh individu dalam mengatasi konflik identitas dan pengambilan keputusan.

Sedangkan menurut Woolfolk (dalam Yusuf, 2006), identitas diri merujuk kepada perorganisaian atau pengaturan dorongan-dorongan, kemampuan-kemampuan dan keyakinan-keyakinan ke dalam citra diri

secara konsisten yang meliputi kemampuan memilih dan mengambil keputusan baik menyangkut pekerjaan, orientasi seksual dan filsafat hidup.

Panuju dan Umami (2005) bahwa identitas merupakan suatu persatuan. Persatuan yang terbentuk dari asas-asas, cara hidup, pandangan-pandangan yang menentukan cara hidup selanjutnya. Persatuan ini merupakan inti seseorang yang menentukan cara meninjau diri sendiri dalam pergaulan dan tujauannya keluar dirinya Rumini & Sundari (2004).

Ada beberapa tugas yang harus di diselesaikan dalam perkembangan identitas diri pada remaja, antara lain remaja harus dapat melepaskan diri dari ikatan dan pada remaja, antara lain remaja harus dapat melepaskan diri dari ikatan dan membentuk cara hidup pribadi yang dirasa ada keserasian diantara kebutuhan diri dalam hubungan dengan orang lain serta remaja harus dapat menemukan suatu tempat yang dapat menerimanya dan memilih serta menjalankan peranan sosial sesuai dengan tempat dimana dia berada.

Erikson (dalam Yusuf, 2006) menambahkan bahwa *identity* merupakan *vocal point* dari pengalaman remaja, karena semua krisis normative yang sebelumnya telah memberikan kontribusi kepada perkembangan identitas tersebut. hal tersebut menunjukkan pentingnya identitas diri yang baik pada seseorang.

Menurut Marcia (1996), identitas diri terdiri atas identitas-identitas status yang didalamnya terdapat krisis dan komitmen. Krisis dalam hal ini merupakan periode perkembangan identitas ketika individu mengeksplorasi alternative, sedangkan komitmen merupakan investasi pribadi dalam identitas.

Menurut Stuart & Sundeen, identitas diri adalah kesadaran akan diri sendiri yang bersumber dari observasi dan penilaian, yang merupakan sintesa dari semua aspek konsep diri sebagai suatu kesatuan yang utuh (dalam Siniwi, 2016). Menurut Erikson, Identitas vs Kebingungan Identitas adalah tahap kelima dalam delapan tahap siklus kehidupan. Pada tahap ini, remaja mulai menentukan siapakah mereka, apa keunikannya, mencari tahu siapa dirinya, bagaimana dirinya, dan kemana ia menuju dalam kehidupannya.

Selama masa remaja, pandangan-pandangan dunia menjadi penting bagi individu yang memasuki *Psychological Moratorium*, yaitu kesenjangan antara keamanan masa anak-anak dan otonomi masa dewasa. Namun, selama remaja mau aktif memilih pilihan-pilihan akan mencerminkan keinginan untuk meraih identitas yang bermakna dan berusaha menjadi diri sendiri yang sebenarnya, dibandingkan berusaha menutupi identitas dirinya agar dapat diterima sosial dan dapat mengikuti keinginan sosial

3. Faktor Pembentuk Identitas Diri

Pembentukan identitas diri merupakan proses yang panjang, kompleks, dan sifatnya berlanjut dari masa lalu, sekarang dan yang akan datang dari kehidupan individu, selanjutnya hal ini akan membentuk kerangka berfikir untuk mengorganisasikan dan mengintegrasikan perilaku dalam berbagai ranah kehidupan. Berkaitan dengan pembentukan identitas, Yoder (dalam Muttaqin & Ekwarni, 2016) menjelaskan bahwa pembentukan identitas tergantung kesempatan, harapan, dan kebebasan yang dimiliki individu. Individu harus sadar bahwa mereka memiliki kesempatan untuk mengeksplorasi dan mengevaluasi alternatif identitas. Sedangkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan identitas menurut Soetjiningsih (2004) yakni lingkungan sosial yang meliputi:

a. *Reference Group*

Lingkungan sosial merupakan tempat dimana seorang remaja tumbuh dan berkembang, seperti keluarga, tetangga yang merupakan lingkungan masa kecil, dan juga kelompok-kelompok yang terbentuk ketika memasuki usia remaja atau yang disebut dengan *reference group*. Kelompok-kelompok tersebut yang merupakan tempat seorang remaja memperoleh nilai-nilai dan peran yang dapat menjadi acuan bagi dirinya sendiri. Nilai-nilai dan peran yang dapat menjadi acuan bagi dirinya sendiri. Nilai-

- 4) Harapan sosial tentang pilihan identitas yang terdapat dalam keluarga, sekolah dan teman sebaya
- 5) Tingkat keterbukaan individu terdapat berbagai alternative identitas
- 6) Tingkat kepribadian pada masa *pra-adolescence* yang memberikan sebuah landasan yang cocok untuk mengatasi identitas.

Remaja membentuk identitasnya dengan menggabungkan identifikasi sebelumnya menjadi struktur psikologis baru, lebih besar dari jumlah bagian-bagian yang membentuknya (Erikson dalam Papalia, Olds, Feldman, 2009). Identitas diri merupakan prinsip kesatuan yang membedakan diri seseorang dengan orang lain. Individu harus memutuskan siapakah dirinya sebenarnya dan bagaimanakah perannya dalam kehidupan nanti.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan identitas diri yakni lingkungan sosial yang di dalamnya meliputi *reference group* dan *significant other* juga tingkat identifikasi dengan orang tua sebelum dan selama masa remaja, gaya pengasuhan orang tua, adanya figure yang menjadi model, harapan sosial tentang pilihan identitas, tingkat keterbukaan individu, dan tingkat kepribadian pada masa *pra-adolescence*.

Unsur saling memerlukan diartikan sebagai perasaan ketergantungan terhadap komunitas baik yang sifatnya fisik maupun psikis.

Menurut Montagu dan Matson (dalam Sulistiyani, 2004), terdapat Sembilan konsep komunitas yang baik dan empat kompetensi masyarakat, sebagai berikut:

- a. Setiap anggota komunitas berinteraksi berdasar hubungan pribadi dan hubungan kelompok
- b. Komunitas memiliki kewenangan dan kemampuan mengelola kepentingan secara bertanggungjawab
- c. Memiliki viabilitas, yaitu kemampuan memecahkan masalah sendiri
- d. Pemerataan distribusi kekuasaan
- e. Setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi demi kepentingan bersama
- f. Komunitas memberi makna pada anggota
- g. Adanya heterogenitas dan beda pendapat
- h. Pelayanan masyarakat ditempatkan sedekat dan secepat kepada yang berkepentingan
- i. Adanya konflik and *managing conflict*

Kekuatan pengikat suatu komunitas, terutama adalah kepentingan bersama dalam memenuhi kebutuhan kehidupan

sosialnya yang biasanya didasarkan atas kesamaan latar belakang budaya, ideology, sosial-eonomi. Disamping itu secara fisik suatu komunitas biasanya diikat oleh batas lokasi atau geografis. Masing-masing komunitas, karenanya akan memilih cara dan mekanisme yang berbeda dalam menanggapi dan menyikapi keterbatasan yang dihadapinya serta mengembangkan kemampuan kelompoknya.

Jadi komunitas adalah sebuah kelompok yang terdiri dari beberapa orang anggota dan memiliki kesamaan dalam suatu kegemaran.

Sementara itu pengertian dzikir secara etimologi berasal dari kata *dzakara* artinya mengingat, memperhatikan, mengenang, mengambil pelajaran, mengenal atau mengerti dan mengingat (Samsul, dalam Sari 2015).

Menurut Chodjim dzikir berasal dari kata *dzakara* yang berarti mengingat, mengisi atau menaungi, artinya, bagi orang yang berdzikir berarti mencoba mengisi dan menuangi pikiran dan hatinya dengan kata-kata suci (dalam Sari, 2015).

Dalam komunitas tasawuf yang ditulis oleh Solihin dan Rosihin Anwar (2002) menjelaskan dzikir merupakan kata yang digunakan untuk menunjukkan setiap bentuk pemusatan pikiran kepada Tuhan, dzikirpun merupakan prinsip awal untuk seseorang yang berjalan menuju Tuhan (*sukluk*).

Secara etimologi dzikir adalah usaha manusia untuk mendekatkan diri pada Allah dengan cara mengingat Allah dengan cara mengingat keagungan-Nya. Adapun realisasi untuk mengingat Allah dengan cara memuji-Nya,

membaca firman-Nya, menuntut ilmi-Nya dan memohon kepada-Nya (Sari, 2015).

Spencer Trimingham dalam Anshor memberikan pengertian dzikiir sebagai ingatan atau latihan spiritual yang bertujuan untuk menyalakan kehadiran Tuhan seraya membayangkan wujudnya atau suatu metode yang dipergunakan untuk mencapai konsentrasi spiritual dengan menyebut nama Tuhan secara ritmis dan berulang (Anshori, 2003).

Menurut Askat, Dzikir adalah segala sesuatu atau tindakan dalam rangka mengingat Allah SWT, mengagungkan asma-Nya dengan lafal-lafal tertentu, baik yang dilafalkan dengan lisan atau hanya diucapkan dalam hati saja yang dapat dilakukan dimana saja tidak terbatas pada ruang dan waktu (Sari, 2015).

Jadi dzikir adalah sebuah usaha manusia untuk mendekatkan diri pada Allah dengan cara mengingat keagungan-Nya, dalam hal ini tidak terbatas hanya dalam masalah tasbih, tahlil, tahmid dan takbir, tapi semua aktifitas manusia yang diniatkan kepada Allah.

Jadi pengertian komunitas dzikir adalah perkumpulan dari sekelompok orang yang terdiri dari beberapa orang anggota yang saling berkumpul karena memiliki kegemaran untuk mendekatkan diri pada Allah melalui dzikir yang tidak terbatas pada tasbih, tahlil, tahmid dan takbir melainkan semua aktifitas manusia yang diniatkan kepada Allah.

D. Remaja

Remaja secara psikologis adalah suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama, atau paling tidak sejajar (Piaget dalam Ali & Asrori, 2006).

Remaja atau *adolescence* berasal dari bahasa latin yang berarti tumbuh atau tumbuh mencapai kematangan. Remaja tidak tergolong anak-anak, tetapi belum juag dapat diterima secara penuh untuk masuk ke golongan orang dewasa. Remaja di antara anak-anak dan orang dewasa (Ali & Asrori, 2006).

Erikson dalam Agustiani (2006) mengatakan bahwa seseorang remaja bukan hanya sekedar mempertanyakan siapa dirinya, tetapi bagaimana dan dalam konteks apa atau dalam sekelompok apa dia bisa menjadi bermakna dan dimaknakan.

Menurut Mappiare (dalam Ali & Asrori, 2006) masa remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria. Adapun menurut Hurlock (1980) berpendapat bahwa masa remaja dimulai dari usia 13 tahun sampai 21 tahun. Dalam prosesnya melalui masa remaja awal dan masa remaja akhir.

Sejalan dengan Mappierce menurut G. Ilmer dalam Sulaeman (1995) masa remaja berlangsung sejak usia 12 sampai 22 tahun. Piaget (dalam Santrock, 2002) menyatakan bahwa pada fase ini remaja mulai berfikir secara operasional formal, yakni pemikiran yang lebih abstrak dari anak-anak dan

tidak terbatas pada pengalaman-pengalaman yang kongkrit, melainkan dapat berkhayal mengenai kemungkinan-kemungkinan yang akan muncul.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja merupakan masa tumbuh menjadi matang, yakni peralihan masa kanak-kanak menuju masa dewasa dengan rentang usia 12 tahun hingga 22 tahun.

E. Hubungan *Self Identity* dengan *Psychological Ownership* pada Komunitas Dzikir Remaja

Masa remaja memiliki ciri khas sebagai periode yang penting. Selain itu masa remaja juga berciri khas sebagai masa peralihan, masa sebagai usia bermasalah dan masa sebagai pencarian identitas diri. Masa remaja sebagai periode yang penting dimana masa remaja akibat fisik dan psikologis mempunyai persamaan yang sangat penting perkembangan fisik yang cepat disertai dengan cepatnya perkembangan mental terutama pada masa awal remaja, dapat menimbulkan perlunya penyesuaian mental dan perlunya membentuk sikap, nilai dan minat baru (Hurlock, 2006).

Lebih lanjut dikatakan bahwa ciri-ciri remaja ditandai dengan adanya: perubahan fisik, perkembangan seksual, cara berfikir yang kausalitas, emosi yang meluap-luap, mulai tertarik pada lawan jenis, menarik perhatian lingkungan, dan tertarik dengan kelompok (Zulkifli, 2009).

Ketertarikan pada kelompok membuat remaja bergabung dalam sebuah komunitas tertentu. Komunitas sendiri diistilahkan sebagai persekutuan hidup

atau paguyuban dan dimaknai sebagai sesuatu daerah masyarakat yang ditandai dengan beberapa tingkatan pertalian kelompok sosial satu sama lain (Mac Iver, dalam Kusumastuti, 2014).

Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, resiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa (Agoes, dalam Kusumastuti, 2014). Oleh karena itu seorang remaja akan bergabung dengan sebuah komunitas yang sesuai dengan pemikirannya akan hal tersebut. Salah satunya adalah komunitas dzikir. Seorang remaja memutuskan bergabung dengan komunitas dzikir yang dianggapnya sejalan dengan pemikirannya dan sesuai dengan keyakinan atau kepercayaan yang dianutnya.

Masa remaja juga dianggap sebagai masa peralihan, peralihan tidak berarti terputus atau berubah dari apa yang terjadi sebelumnya, tetapi peralihan yang dimaksud adalah dari satu tahap perkembangan ketahap berikutnya. Anak beralih dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, harus meninggalkan segala sesuatu yang bersifat kekanak-kanakkan dan juga harus mempelajari pola perilaku dan sikap baru untuk menggantikan perilaku dan sikap yang sudah ditinggalkan. Masa remaja sebagai masa usia bermasalah, dimana masalah pada masa remaja sering menjadi masalah yang sulit untuk diatasi oleh remaja laki-laki maupun remaja perempuan. Para remaja merasa mandiri sehingga mereka ingin mengatasi masalahnya sendiri menolak bantuan orang lain.

Selain itu masa remaja juga dianggap sebagai masa pencarian identitas, dimana penyesuaian diri dengan standar kelompok dianggap jauh lebih penting bagi remaja daripada individualitas, dan apabila tidak menyesuaikan kelompok maka remaja tersebut akan terusir dari kelompoknya. Dalam ilmu psikologi, konsep identitas umumnya menunjukkan kepada suatu kesadaran akan kesatuan dan kesinambungan pribadi (Ahmadi dan Shaleh, 2005).

Identitas diri atau *self identity* merupakan kesadaran akan diri sendiri yang bersumber dari observasi dan penilaian, yang merupakan sintesa dari semua aspek konsep diri sebagai suatu kesatuan yang utuh (Stuart & Sundeen, dalam Siniwi). Menurut Erikson, Identitas vs Kebingungan Identitas adalah tahap kelima dalam delapan tahap siklus kehidupan. Pada tahap ini, remaja mulai menentukan siapakah mereka, apa keunikannya, mencari tahu siapa dirinya, bagaimana dirinya, dan kemana ia menuju dalam kehidupannya.

Sementara itu, Pierce, Kostova, dan Dirks (2002) yang mengatakan bahwa *psychological ownership* akan membantu seseorang untuk menyadari *self identity*, mengekspresikan *self identity* pada orang lain, serta memelihara kelangsungan *self identity* dari waktu ke. Sejalan dengan pernyataan Panuju dan Umami (2005) yang mengatakan bahwa identitas diri merupakan persatuan, persatuan yang terbentuk dari asas-asas, cara hidup, dan pandangan-pandangan yang menentukan cara hidup selanjutnya..

Seorang remaja yang bergabung dalam sebuah komunitas dzikir memiliki rasa kepemilikan terhadap komunitas dzikir tersebut dan mengidentitaskan

dirinya dengan komunitas dzikir yang dianggap dimilikinya maka semakin besar rasa kepemilikannya terhadap objek tersebut. Sikap perasaan memiliki tersebut dapat disebut dengan *psychological ownership*.

Mengacu pada pernyataan Furby (dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002) yang menyatakan bahwa tanggung jawab muncul dari diri individu itu sendiri untuk bertanggung jawab dan mengakui suatu objek yang bukan miliknya sebagai miliknya. Lebih jauh lagi *psychological ownership* dapat muncul meskipun tidak ada *legal ownership* atau kepemilikan resmi. Dalam kenyataan di lapangan, komunitas dzikir tidak memiliki kepemilikan resmi atau *legal ownership*, akan tetapi seorang remaja yang tergabung dalam sebuah komunitas dzikir akan menganggap komunitas dzikir tersebut miliknya atau bagian dari dirinya, hal ini dikarenakan seiring dengan berjalannya waktu seorang anggota dari objek tersebut (komunitas) telah mengenal dan menyesuaikan diri dengan anggota dan lingkungan yang tercipta dalam komunitas dzikir tersebut.

F. Landasan Teoritik

Psychological ownership adalah pengalaman psikologis individu ketika mengembangkan rasa *possesif* (memiliki) akan suatu target (Van, Dyne, & Pierce, 2004). Menurut Pierce, Kostova, dan Dirks (2001) target atau objek dari *psychological ownership* dapat bersifat material (benda, fasilitas) tetapi juga non material (ide, seni artistic, suara). Menurut Furby hal yang mendasari

kemunculan *psychological ownership* adalah *sense of possession* (perasaan memiliki) (dalam Van, Dyne & Pierce, 2004).

Sedangkan menurut Pierce, Kostova, dan Dirks (2002) *psychological ownership* (perasaan memiliki) sebagai keadaan dimana seseorang merasa seolah-olah target kepemilikan atau bagian dari target tersebut adalah milik mereka "milik mereka". Pierce, Kostova, dan Dirks menjelaskan bahwa target atau objek dari *psychological ownership* dapat bersifat material (benda, fasilitas) tetapi juga non material seperti ide, seni artistic, suara dan lain-lain.

Furby (dalam Dyne & Pierce, 2004) juga menyatakan bahwa *sense of possession* (merasakan seolah-olah sebuah objek, kesatuan, atau ide adalah 'mine' atau 'ours') adalah inti dari *psychological ownership*. Seseorang yang bergabung dengan sebuah komunitas, mereka akan terbiasa bersama-sama dengan anggota komunitas tersebut dan berada di lingkungan yang sama serta memiliki intensitas pertemuan yang sering juga menjadikan hal tersebut alasan sikap memiliki pada komunitas tersebut.

Kepemilikan berperan penting dalam identitas seseorang dan menjadi bagian dari *extended self* (Belk, 1988; Dittmar, 1992, dalam Pierce, Kostova, dan Dirks, 2002). Mann (dalam Pierce, Kostova, dan Dirks, 2002) menuliskan "what I own feels like a part of me." Perasaan memiliki terhadap berbagai objek ini penting dan memiliki efek psikologis serta perilaku yang kuat. Target yang dimaksud dalam definisi tersebut biasanya berbentuk *tangible* seperti

mainan, rumah, tanah, dan orang lain serta *intangible* berupa hasil pekerjaan seseorang, ide, dan kreasi.

Salah satu aspek dari *psychological ownership* adalah *self identity*. Definisi *self identity* adalah kesadaran akan diri sendiri yang membentuk sebuah keyakinan yang bersumber dari pengalaman hidup dan akan menjadi sebuah pandangan atau cara hidup untuk memilih dan mengambil keputusan baik menyangkut pekerjaan, orientasi seksual dan filsafat hidup. *Self identity* adalah perasaan subjektif tentang diri yang konsisten dan berkembang dari waktu ke waktu yang melalui proses eksplorasi dan komitmen (Husni & Eko, 2013).

Sebuah penelitian pernah dilakukan oleh Dinda Rahmawati (2017) berjudul “Hubungan antara Identitas Diri dengan Orientasi Masa Depan Anak Jalanan Usia Remaja Binaan LPAN Griya Baca Kota Malang”. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh antara identitas diri dengan orientasi masa depan. Dalam penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa pengalaman adanya krisis diri dan juga komitmen yang dimiliki anak jalanan yang berusia remaja akan berhubungan dengan orientasi masa depan yang dimilikinya.

Pada hakekatnya seorang remaja berada pada tahap pencarian pencarian identitas, dimana penyesuaian diri dengan standar kelompok dianggap jauh lebih penting bagi remaja daripada individualitas, dan apabila tidak menyesuaikan kelompok maka remaja tersebut akan terusir dari kelompoknya

(Ahmadi dan Shaleh, 2005). Oleh karena itu seorang remaja akan bergabung dengan perkumpulan kelompok atau sebuah komunitas yang sesuai dengan pandangan hidup yang telah diyakini olehnya.

Hal tersebut akan memunculkan *psychological ownership* pada remaja yang bergabung sebagai anggota dari komunitas tersebut karena konsep-konsep dan prinsip-prinsip dari komunitas telah melekat pada dirinya. Merasa memiliki sebuah tempat pada komunitas tersebut membuat remaja yang tergabung dalam komunitas merasa memiliki komunitas tersebut. *Psychological ownership* pada komunitas juga muncul karena adanya motivasi untuk kompeten di dalam lingkungannya. Oleh karena kebutuhan mendasar tersebut, seseorang terdorong untuk menjajagi dan memanipulasi lingkungan mereka.

Penelitian dengan topik *psychological ownership* pernah dilakukan oleh Evita Puspita Sari (2013) dengan judul “Hubungan *Celebrity Worship* dengan *Psychological Ownership* pada *Fans K-Pop* (Studi pada Fans Super Junior di Bandung). Dalam penelitian tersebut, diperoleh hasil bahwa *celebrity worship* berhubungan dengan *psychological ownership*, hal tersebut ditunjukkan melalui keadaan subjek yang merasa memiliki Super Junior karena subjek menganggap Super Junior sebagai bagian dari dirinya dan diwujudkan dalam bentuk control terhadap Super Junior, keinginan dan usaha untuk mengenal Super Junior dengan dekat, dan melakukan investasi diri berupa dukungan untuk Super Junior melalui *twitter* dan jejaring sosial lainnya.

mengambil keputusan baik menyangkut pekerjaan, orientasi seksual dan filsafat hidup. *Self Identity* dalam penelitian ini memiliki empat jenis yaitu *achievement identity*, *forclosure identity*, *moratorium identity* dan *diffusion identity*. Dan dapat diketahui dengan menggunakan skala identitas diri yang merupakan modifikasi dari *Extended Version Objective Measure Of Ego-Idnetity Status (EOMES-II-revision)* milik Benion & Adams (1986) yang telah dimodifikasi oleh Marcia dan terdiri dari empat jenis tersebut pada tiap jenis akan saling dibandingkan dengan jenis lainnya. Dimana dalam menemukan kecenderungan subjek pada *self identity* ditentukan dengan cara mencari rata-rata tertinggi jenis *self identity* pada tiap subjek.

B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi adalah seluruh subjek atau objek dengan karakteristik tertentu yang akan diteliti (Alimul, 2003). Penelitian ini menggunakan populasi komunitas dzikir “Al Khidmah UINSA” yang berada di kampus Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Jumlah seluruh anggota komunitas adalah 120 orang. Hal ini diperoleh melalui informasi ketua komunitas tersebut.

Menurut Arikunto (2006) sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Arikunto (2006) menjelaskan apabila populasi kurang dari 100 maka sebaiknya sampel dapat diambil dari seluruh total populasi yang dapat disebut dengan penelitian populasi. Sedangkan jika jumlah populasi lebih dari 100 maka dapat diambil 10-15% atau 20-25% sebagai

(Sangat Sesuai), “3” (Sesuai), “2” (Tidak Sesuai), “1” (Sangat Tidak Sesuai), dengan tujuan untuk memudahkan koresponden dalam menjawab.

Dalam penelitian ini menggunakan skala *psychological ownership* (perasaan memiliki) yang telah dimodifikasi oleh Sari (2013), dengan judul Hubungan *Celebrity Worship* dengan *Psychological Ownership* pada *Fans Kpop* (Studi pada *Fans Super Junior* di Bandung). Berdasarkan uji reliabilitas, didapatkan nilai koefisien *alpha cronbach* pada skala skala *psychological ownership* (perasaan memiliki) sebesar 0,946. Namun dalam penelitian ini peneliti harus mengadaptasi alat ukur *psychological ownership* ini karena alat ukur ini dibuat sesuai dengan kondisi subjek yang diteliti oleh peneliti sebelumnya dan belum pernah mengukur subjek yang ingin diteliti oleh peneliti sekarang, yaitu komunitas dzikir. Adapun pembagian item-item tiap variable dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

- 2). Penggunaan bahasa Indonesia kurang baku
- 3). Terdapat redaksi kalimat pada aitem yang sama dengan aitem yang lain
- 4). Lebih diperjelas kalimat yang digunakan

Aitem bernilai cukup pada aitem nomor 22 dan 23 telah dilakukan revisi, maka pada skala *s/psychological ownership* terdapat 38 aitem yang digunakan pada penelitian ini.

Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi (*content validity*). Validitas ini merupakan validitas yang destimasi lewat penyajian terhadap isi tes dengan analisis rasional atau lewat *professional judgement* (Azwar, 2013). Validitas skala tersebut akan menggunakan rumus *Content Validity Ratio* (CVR) dari Lowshe (Azwar, 2012). Dimana *Content Validity Ratio* (CVR) digunakan untuk mengukur validitas isi aitem-aitem berdasarkan data empiric.

Menggunakan validitas isi, pengukuran valiiditas alat ukur juga dilakukan dengan menyeleksi aitem-aitem yang dianggap bail dengan menggunakan SPSS *for window* 16.00. Seleksi aitem dilakuakn dengan melihat besarnya daya diskriminasi atau daya beda soal. Pernyataan pada masing-masing aitem dapat dilihat dari nilai *corrected item-total correlation* pada masing-masing butir pernyataan aitem. Adapun syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat validitas adalah apabila nilai

Dari hasil table tersebut yakni pada reliabilitas statistic *try out* ketiga skala menunjukkan bahwa skala *self identity* dan *psychological ownership* yang dilakukan oleh peneliti maka diperoleh hasil nilai koefisien reliabilitas skala *self identity* sebesar 0,907 dimana angka koefisien tersebut dapat dinyatakan reliable sedangkan untuk skala *psychological ownership* menunjukkan angka koefisien reliabilitas 0,960 yang berarti reliable, artinya kedua skala tersebut reliable untuk digunakan sebagai alat ukur.

E. Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis komparasi *one way anova*. Hal tersebut dikarenakan data yang digunakan adalah data parametric dan memiliki lebih dari dua macam atau jenis. Teknik penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbandingan antara dua variable yakni *psychological ownership* dan *self identity* yang memiliki empat jenis.

Beberapa hal yang harus dipenuhi ketika menggunakan analisis ini adalah data dari kedua variable berbentuk data kuantitatif (interval dan rasio) dan data berasal dari populasi yang berdistribusi normal (Muhid, 2012). Oleh sebab itu, sebelum melakukan uji analisis komparasi data yang perlu dilakukan adalah melakukan uji normalitas data.

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *one way anova* dengan bantuan program SPSS for *windows* versi 16.00. Santoso

(2002) mengatakan bahwa tujuan analisis perbandingan adalah ingin mengetahui apakah diantara dua variable terdapat perbandingan. jika besarnya perbandingan $> 0,5$ maka berarti memang terdapat perbedaan yang kuat antara dua variable tersebut.

Sebelum melakukan analisis data, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi atau prasyarat yang meliputi uji normalitas dan uji e. Uji normalitas dan uji homogenitas merupakan syarat sebelum dilakukannya pengtesan nilai komparasi, dengan maksud agar kesimpulan yang ditarik tidak menyimpang dari kebenaran yang seharusnya ditarik (Ghozali, 2001).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui kenormalan distribusi sebaran skor variable apabila terjadi penyimpangan sejauh mana penyimpangan tersebut. uji ini menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov* dengan kaidah yang digunakan bahwa signifikansi $> 0,05$ maka dikatakan berdistribus normal, begitu pula sebaliknya jika signifikansi $< 0,05$ maka dikatakan berdistribusi tidak normal (Azwar, 2012).

2. Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas antar sampel dilakukan dengan *Levene Statistic*. Apabila nilai probabilitas > 0.05 maka taraf signifikansi antar kelompok adalah homogen. Sebaliknya jika

	Std. Deviation	11.68332	13.63085
MD	Mean	73.0000	88.0000
	N	1	1
	Std. Deviation	.	.
BKI	Mean	79.5000	98.1667
	N	6	6
	Std. Deviation	12.21065	13.22750
HKI	Mean	73.0000	90.5000
	N	4	4
	Std. Deviation	3.74166	5.32291
PIAUD	Mean	75.0000	95.0000
	N	1	1
	Std. Deviation	.	.
SAA	Mean	83.3333	101.6667
	N	3	3
	Std. Deviation	7.09460	10.26320
HPI	Mean	73.6667	90.0000
	N	3	3
	Std. Deviation	1.15470	1.73205
PBA	Mean	80.0000	98.6667
	N	3	3
	Std. Deviation	5.29150	6.35085
HEI	Mean	69.8000	87.2000
	N	5	5
	Std. Deviation	14.23728	18.37662
PMI	Mean	80.0000	99.0000
	N	1	1
	Std. Deviation	.	.
SASIN	Mean	80.0000	99.0000

rata-rata 17.2 dengan nilai signifikan 0.000 yang berarti ada perbandingan yang signifikan antara identitas *achievement* dan identitas *diffusion*.

Pada perbandingan selanjutnya antara identitas *foreclosure* dengan identitas *achievement* memiliki rata-rata -13.2 dengan signifikansi 0.001 yang berarti ada perbandingan antara identitas *foreclosure* dengan identitas *achievement*. Pada perbandingan identitas *foreclosure* dengan identitas *moratorium* memiliki rata-rata 9.3 dengan signifikansi 0.15 yang berarti perbandingan antara identitas *foreclosure* dengan identitas *moratorium* tidak signifikan. Pada perbandingan identitas *foreclosure* dengan identitas *diffusion* memiliki rata-rata 3.9 dengan signifikansi 0.294 yang berarti perbandingan identitas *foreclosure* dengan identitas *diffusion* tidak signifikan.

Pada perbandingan selanjutnya antara identitas *moratorium* dengan identitas *achievement* memiliki rata-rata -3.9 dengan signifikansi 0.310 yang berarti perbandingan identitas *moratorium* dengan identitas *achievement* tidak signifikan. Pada perbandingan antara identitas *moratorium* dengan identitas *foreclosure* memiliki rata-rata 9.3 dengan signifikansi 0.015 yang berarti perbandingan antara identitas *moratorium* dengan identitas *foreclosure* tidak signifikan. Pada perbandingan antara identitas *moratorium* dengan identitas *diffusion* memiliki rata-rata 13.2 dengan signifikansi 0.001 yang berarti antara identitas *moratorium* dengan identitas *diffusion* ada perbandingan yang signifikan.

Pada perbandingan selanjutnya identitas *diffusion* dengan identitas *achievement* memiliki rata-rata -17.2 dengan signifikansi 0.000 yang berarti antara identitas *diffusion* dengan identitas *achievement* memiliki perbandingan yang signifikan. Pada perbandingan identitas *diffusion* dan identitas *forclosure* memiliki rata-rata -13.2 dengan signifikansi 0.294 yang berarti antara identitas *diffusion* dan identitas *forclosure* memiliki perbedaan tidak signifikan. Pada perbandingan antara identitas *diffusion* dengan identitas *moratorium* memiliki rata-rata -13.2 dengan signifikansi 0.001 yang berarti antara identitas *diffusion* dengan identitas *moratorium* memiliki perbandingan yang signifikan.

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan *psychological ownership* ditinjau dari *self identity* pada komunitas dzikir remaja Al Khidmah UIN Sunan Ampel Surabaya. Sebelum dilakukan analisis statistik dengan komparasi *one way anova* terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat yaitu uji normalitas untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal dan uji homogenitas untuk mengetahui apakah data tersebut memiliki perberbedaan.

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi untuk skala *psychological ownership* sebesar $0,672 > 0,05$ sedangkan nilai signifikansi untuk skala *self identity* sebesar $0,730 > 0,05$. Karena nilai signifikansi kedua skala tersebut lebih dari 0,005 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Selanjutnya uji homogenitas untuk mengetahui apakah

data tersebut bersifat homogen dan hasil berdasarkan hasil uji homogenitas varian antar kelompok dengan menggunakan analisis *one way anova*, diperoleh signifikansi = $0.210 > 0.05$, berarti varian antar kelompok adalah homogen.

Sedangkan hasil analisis data yang dapat dilihat pada table 23 nilai F sebesar 94.549 dengan signifikansi 0.000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0.000 > 0.005$ yang berarti bahwa hipotesis yang diajukan peneliti yang berbunyi ada perbandingan antara *psychological ownership* dengan *self identity*.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Pierce, Kostova dan Dirks (2002) yang menyatakan bahwa *psychological ownership* atau rasa memiliki berperan penting dalam *self identity* atau identitas diri seseorang dan menjadi bagian dari *extended self* atau rasa kepemilikan secara psikologis.

Ditengah-tengah globalisasi yang semakin meluas dikalangan remaja, semakin banyak juga remaja yang bergaya kebarat-baratan, bukan hanya perihal gayanya saja tapi dari gaya berbusana, gaya berdandan dan gaya berbicara semakin berkiblat ke barat. Akan tetapi masih ada beberapa remaja yang memilih bergabung dengan komunitas dzikir yang membuat dirinya memiliki *self identity* yang berbeda dengan remaja-remaja yang tidak mengikuti komunitas sejenis. Remaja yang memilih bergabung dengan komunitas dzikir seperti Al Khidmah ini, menjadi sosok yang lebih religious dan islami dalam kesehariannya. Menggunakan busana yang rapi dan sesuai

dengan tuntunan islam menjadi salah satu ciri khas mereka. Selain itu, menjadi anggota komunitas dzikir Al Khidmah juga menjadikan mereka lebih bisa menjaga lisan seperti ketika berbicara dengan orang lain mereka selalu menggunakan bahasa yang halus dan sopan meskipun dengan orang lain yang cara bicaranya agak lebih kasar dari mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa *psychological ownership* membantu seseorang untuk mengekspresikan *self identity* ketika menyelesaikan sebuah masalah dan juga ketika berhadapan dengan orang lain sesuai dengan pernyataan Dyne & Pierce (2004).

Menurut Pierce, Kostova, Dirks, (2002) seseorang akan menyadari kondisi *self identity*nya berdasarkan pandangan orang lain di sekitarnya karena mereka (anggota komunitas) mungkin akan menganggap hal-hal semacam itu biasa saja karena sudah biasa dilakukan dan mereka (anggota komunitas) terbiasa melakukannya jadi mereka baru akan menyadari bahwa dirinya seperti itu, *self identity*nya semacam itu, ketika orang lain mengatakannya. Rasa memiliki (*psychological ownership*) berperan penting dalam proses ini karena orang lain akan memberikan penilaian dan evaluasi terhadap seseorang berdasarkan apa yang telah menjadi bagian dari dirinya seperti salah satu contohnya komunitas apa yang di ikutinya.

Menurut Wilpert (dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002) *psychological ownership* mengacu pada hubungan antara individu dengan objek di mana objek itu dialami sebagai terhubung diri sendiri atau menjadi bagian dari “diri sendiri”. Dalam penelitian ini objek dari *psychological ownership* adalah

komunitas dzikir remaja. Jadi, anggota-anggota komunitas dzikir ini yang memang masih remaja memiliki keterkaitan yang kuat bagaimana perasaan memiliki (*psychological ownership*) mereka pada komunitas dzikir Al Khidmah UIN Sunan Ampel Surabaya memunculkan *self identity* mereka. Dalam fase ini, seorang remaja yang berada dalam tahap bergejelolaknya jiwa muda mulai mempertanyakan siapa dirinya, bagaimana dirinya, bagaimana perannya, dan seberapa besar perannya mulai mencari tempat yang bisa menjadi tempat yang nyaman untuk mereka (Erikson, dalam Agustiani, 2006).

Pada saat itulah ketika remaja sudah memutuskan untuk bergabung dengan komunitas dzikir seperti Al Khidmah, mereka (anggota) akan mulai banyak meluangkan waktu untuk mengikuti kegiatan dan berkumpul bersama anggota-anggota yang lainnya. Pada saat itulah tumbuhlah perasaan memiliki (*psychological ownership*) pada komunitas dzikir Al Khidmah yang mulai membuat mereka menciptakan *self identity* mereka sedemikian rupa. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Ellowood (dalam Pierce, Kostova, Dirks, 2002) yang menyatakan bahwa objek yang secara terus menerus digunakan oleh seseorang akan terasimilasi pada *self* penggunaannya. Dalam penelitian ini objek yang dimaksud adalah komunitas dzikir Al Khidmah yang dalam kenyataannya dilapangan secara terus menerus menciptakan kegiatan yang membuat anggotanya mengikutinya dan mengasimilasikannya pada diri masing-masing anggota.

Pada penelitian ini diketahui bahwa *psychological ownership* lebih tinggi pada perempuan dibandingkan laki-laki. *Psychological ownership* pada perempuan memiliki rata-rata (*mean*) sebesar 94,4400 sedangkan rata-rata (*mean*) pada laki-laki sebesar 94,1714. Namun, selisihnya hanya 0,24. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Gary Sinclair & Julie Tinson (2017) yang menyatakan bahwa perempuan memiliki tingkat *psychological ownership* yang lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki karena perempuan lebih bersifat mudah menyukai dan menganggap suatu hal tersebut miliknya. Mudah beranggapan bahwa segala sesuatu yang sering di dengar atau sering dilakukan diasimilasikan akan dianggap menjadi miliknya sekaligus menjadi bagian dari dirinya.

Sama halnya dengan rata-rata dalam nilai *self identity*. Perempuan memiliki skor yang lebih tinggi dari laki laki yakni rata-rata (*mean*) sebesar 76,6400 sedangkan laki-laki memiliki skor yakni rata-rata (*mean*) sebesar 76,1143. Namun selisihnya tidak banyak hanya 0,53 saja. Hal ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Sunami (2015) yang menyatakan bahwa perempuan memiliki *self identity* yang tinggi dibandingkan dengan laki-laki. Karena perempuan lebih mampu memilih lingkungan yang baik untuknya dan tidak banyak terpengaruh dengan lingkungan buruk seperti yang banyak terjadi pada laki-laki. Selain itu, dalam penelitiannya, Sunami (2015) mengemukakan pendapatnya bahwa iklim keluarga sebagai salah satu faktor identitas diri. Santrok (dalam Sunami,

2015) mengatakan bahwa orang tua adalah sosok yang penting dalam perkembangan identitas diri pada remaja.

Tingkat *psychological ownership* juga dapat dilihat pada usia anggota komunitas Al Khidmah tersebut. Dimana subjek dalam penelitian ini adalah remaja yang lebih banyak berada dalam fase remaja akhir. Menurut Papalia, *et al* (2009), masa remaja adalah masa peralihan antara masa kanak-kanak menuju ke masa dewasa yang ditandai dengan perubahan fisik, sosial, dan emosional. Batasan usia pada remaja adalah usia 12 tahun sampai 22 tahun, sedangkan batasan pada remaja akhir adalah 17 tahun sampai 22 tahun, ditopang oleh sikap mental kreatif, inovatif, professional, bertanggung jawab, serta berani menanggung resiko dalam mengelola potensi diri dan lingkungannya sebagai bekal untuk meningkatkan kualitas hidupnya.

Apabila ditinjau dalam usia subjek, usia 18 tahun memiliki *psychological ownership* yang tinggi dibanding dengan usia-usia lainnya. subjek dengan usia 18 tahun memiliki tingkat skor rata-rata (*mean*) sebesar 98,6923, sedangkan usia 17 tahun memiliki skor rata-rata (*mean*) sebesar 96,5000, usia 19 tahun memiliki skor rata-rata (*mean*) sebesar 91,6316, usia 20 tahun memiliki skor rata-rata (*mean*) sebesar 97,5000, usia 21 tahun memiliki skor rata-rata (*mean*) sebesar 89,4167, dan usia 22 tahun memiliki skor rata-rata (*mean*) sebesar 98,5000. Hal ini menunjukkan bahwa ketika remaja pada usia 18 tahun, tingkat *psychological ownership* cukup tinggi.

Selain itu jika ditinjau dari semester yang ditempuh oleh subjek penelitian, subjek yang sedang menempuh semester empat juga memiliki skor rata-rata (*mean*) yang tinggi yakni 96,5000. Lebih tinggi dibandingkan dengan skor rata-rata (*mean*) semester dua dan enam. Semester dua memiliki rata-rata (*mean*) sebesar 94.6800 dan semester enam memiliki rata-rata (*mean*) sebesar 89.7692. Dapat diambil kesimpulan bahwa subjek yang merupakan anggota komunitas Al Khidmah yang berusia 18 tahun kebanyakan sedang menempuh semester empat dan skor rata-rata (*mean*) usia 18 tahun dan subjek yang sedang menempuh semester empat juga memiliki rata-rata (*mean*) tertinggi pada variabel *psychological ownership*.

Apabila ditinjau dari usia subjek, *self identity* pada usia 22 tahun memiliki skor rata-rata (*mean*) tertinggi sebesar 80,0000. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Paramhita Dhatu Anindyajati (2014) yang menunjukkan hasil bahwa remaja yang berada dalam fase remaja akhir mulai dapat menemukan identitas diri. Sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Erickson (dalam Anindyajati, 2014) yang mengatakan bahwa pada periode remaja akhir setiap individu seharusnya telah berhasil menangani krisis dan mencapai identitas.

Ditinjau dari semester yang sedang ditempuh subjek, diperoleh hasil bahwa semester enam memiliki skor rata-rata (*mean*) sebesar 78,8400. Sedangkan semester dua memiliki skor rata-rata (*mean*) sebesar 72,4615, dan semester empat memiliki skor rata-rata (*mean*) sebesar 78,0455. Subjek yang

sedang menempuh semester enam rata-rata berusia 22 tahun, sejalan dengan yang dikemukakan oleh Steinberg (2002) yang mengatakan bahwa periode remaja akhir menjadi waktu yang kritis untuk kristalisasi identitas. Adelson & Doehman (dalam Anindyajati, 2014) juga menyatakan bahwa pada periode remaja akhir merupakan fase konsolidasi identitas dalam berbagai peran kehidupan seperti salah satunya ideology. Dan fase remaja akhir berlangsung selama usia 17-22 tahun, usia 22 tahun merupakan puncak akhir fase remaja akhir (Papalia, 2009).

Dan yang terakhir apabila ditinjau dari jurusan yang sedang ditempuh oleh subjek. *Psychological ownership* pada jurusan SAA atau Studi Agama Agama memiliki skor rata-rata (*mean*) tertinggi dengan skor sebesar 83,3333. Sama halnya dengan nilai *psychological ownership*, nilai *self identity* yang tertinggi juga terdapat pada subjek yang sedang menempuh jurusan SAA atau Studi Agama-Agama. Marcia (dalam Andelson, 1980) mengatakan bahwa keberhasilan dalam menangani krisis identitas juga ditandai oleh kemampuan dalam membuat komitmen dalam berbagai peran kehidupan, utamanya komitmen dalam berbagai peran kehidupan utama dalam bidang karier, ideology dan religious. Oleh karena itu, tingkat *psychological ownership* dan *self identity* tertinggi terdapat pada subjek dengan jurusan Studi Agama-Agama yang telah banyak mempelajari agama-agama yang membuatnya yakin dengan satu agama yang dianutnya dan mengasimilasikan pada dirinya.

Dalam penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa perbandingan *psychological ownership* dengan tiap macam *self identity*. Pada perbandingan dua macam *self identity* dalam identitas *achievement* dan identitas *foreclosure* memiliki selisih rata-rata 13.2 dengan nilai signifikan 0.001 yang berarti ada perbandingan yang signifikan antara identitas *achievement* dan identitas *foreclosure*. Pada perbandingan identitas *achievement* dan identitas *moratorium* memiliki selisih 3.94 dengan nilai signifikan 0.310 yang berarti perbandingan antara *achievement* dan identitas *moratorium* tidak signifikan. Selanjutnya perbandingan identitas *achievement* dan identitas *diffusion* memiliki selisih rata-rata 17.2 dengan nilai signifikan 0.000 yang berarti ada perbandingan yang signifikan antara identitas *achievement* dan identitas *diffusion*.

Pada perbandingan selanjutnya antara identitas *foreclosure* dengan identitas *achievement* memiliki rata-rata -13.2 dengan signifikansi 0.001 yang berarti ada perbandingan antara identitas *foreclosure* dengan identitas *achievement*. Pada perbandingan identitas *foreclosure* dengan identitas *moratorium* memiliki rata-rata 9.3 dengan signifikansi 0.15 yang berarti perbandingan antara identitas *foreclosure* dengan identitas *moratorium* tidak signifikan. Pada perbandingan identitas *foreclosure* dengan identitas *diffusion* memiliki rata-rata 3.9 dengan signifikansi 0.294 yang berarti perbandingan identitas *foreclosure* dengan identitas *diffusion* tidak signifikan.

Pada perbandingan selanjutnya antara identitas *moratorium* dengan identitas *achievement* memiliki rata-rata -3.9 dengan signifikansi 0.310 yang berarti perbandingan identitas *moratorium* dengan identitas *achievement* tidak signifikan. Pada perbandingan antara identitas *moratorium* dengan identitas *foreclosure* memiliki rata-rata 9.3 dengan signifikansi 0.015 yang berarti perbandingan antara identitas *moratorium* dengan identitas *foreclosure* tidak signifikan. Pada perbandingan antara identitas *moratorium* dengan identitas *diffusion* memiliki rata-rata 13.2 dengan signifikansi 0.001 yang berarti antara identitas *moratorium* dengan identitas *diffusion* ada perbandingan yang signifikan.

Pada perbandingan selanjutnya identitas *diffusion* dengan identitas *achievement* memiliki rata-rata -17.2 dengan signifikansi 0.000 yang berarti antara identitas *diffusion* dengan identitas *achievement* memiliki perbandingan yang signifikan. Pada perbandingan identitas *diffusion* dan identitas *foreclosure* memiliki rata-rata -13.2 dengan signifikansi 0.294 yang berarti antara identitas *diffusion* dan identitas *foreclosure* memiliki perbedaan tidak signifikan. Pada perbandingan antara identitas *diffusion* dengan identitas *moratorium* memiliki rata-rata -13.2 dengan signifikansi 0.001 yang berarti antara identitas *diffusion* dengan identitas *moratorium* memiliki perbandingan yang signifikan.

Dari perbandingan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada perbandingan antara *psychological ownership* dengan *self identity* yang memiliki empat

- Blau, Ina & Caspi, Avner. 2011. Collaboration and psychological ownership: how does the tension between the two influence perceived learning?. *Soc Psychol Educ* (2011) 14:283–298
- Chaplin, James P. 2011. *Kamus Lengkap Psikologi (terjemah)*. Pt jakarta: Rajagrafindo persada.
- Dariyo, Agoes. 2004. *Psikologi Perkembangan Remaja*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Deborah, Angela W. 2012. *Hubungan Kualitas Hidup Dan Psychological Ownership Pada Pengemudi Mobil Pribadi Usia Dewasa Muda Yang Melakukan Komuter Ke Jakarta*. Skripsi: Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Desmita, 2006. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dyne, Linn Van & Pierce, Jon L. 2004. *Psychological ownership and feelings of possession: three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior*. *Journal of Organizational Behavior* . 25, 439–459
- Faizal, Ahmad. 2017. *Bonek Bentrok Dengan Kelompok Perguruan Silat, 2 Orang Jadi Tersangka*. <http://regional.kompas.com/read/2017/10/05/18535241/bonek-bentrok-dengan-kelompok-perguruan-silat-2-orang-jadi-tersangka>. Diakses pada 11 Desember 2017.
- Falatehan, Sriwulan Ferindian. 2017. Pendekatan Psikologi Komunitas dalam Memprediksi Peranan Rasa Memiliki Komunitas Terhadap Munculnya Partisipasi Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Psikologi*. Vol 6, No.1, 66-90

- Formanek, R. 1991. Why they collect: collectors reveal their motivation. *Journal of social behavior and personality*. 6: 275-286.
- Friedman, Howard S. & Schustack, Miriam W. 2006. *Kepribadian: Teori Klasik dan Riset Modern*. Penerjemah: Ikarina, Fransiska Dian., Hany, Maria., & Prima, Andreas Provita. Penerbit Erlangga: PT Gelora Aksara Pratama.
- Hasanah, Uswatun. 2013. Pembentukan Identitas Diri Dan Gambaran Diri Pada Remaja Putrid Bertato Di Samarinda. *E-Journal Psikologi*. 1 (2): 177-186 ISSN 0000-0000
- Huriati, Nur Hidayah. 2016. Krisis Identitas Diri pada Remaja. *Jurnal Psikologi Kepribadian*. Vol 10 No 1 Hal. 49-62
- Hurlock, Elisabeth, B. 1993. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Edisi Kelima. Alih Bahasa : Istiwidayani dan Soedjarwo. Jakarta : Erlangga.
- Husni, Muhammad Ali & Eko, Indriyati. 2013. *Identitas Diri Ditinjau Dari Kelekatan Remaja Pada Orang Tua Di Smkn 4 Yogyakarta*. Fakultas Psikologi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal Psikologi*, Vol. 3 No. 2, Mei 2013 ISSN: 2087-7641.
- Kartono, Gulo. 2003. *Kamus Psikologi*. Bandung: CV. Pionir Jaya
- Kusumastuti, Ambar. 2014. *Peran Komunitas Dalam Interaksi Sosial Remaja Di Komunitas Angklung Yogyakarta*. Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta.

- Lizza, John P. 1993. Multiple Personality and Personal Identity Revisited. *The British Journal for the Philosophy of Science*, June v44 n2 p263(12).
- Marcia, James. 1966. Development and Validation of Ego Identity Status. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 3: 45-62
- Monk, F.J. & Knoers, A.M.P. 2006. *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University
- Muttaqin, Darmawan. & Ekowarni, Endang. 2016. Pembentukan Identitas Remaja di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*. Vol. 43, No.3: 231-247
- Nuralam, Cakrayuri. 2014. *5 Bentrokan Terakhir Jak Mania dan Viking*. <http://bola.liputan6.com/read/2088594/5-bentrokan-terakhir-jakmania-dan-viking>. Diakses pada 11 Desember 2017.
- Panuju, Panut dan Umami, Ida. 2005. *Psikologi Remaja*. Yogyakarta: Tiara Wicana.
- Papalia, Diane E., Olds, Sally Wendkos.; Feldman, Ruth Duskin. 2009. *Human Development*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Paramitasari, Radhitia & Alfian, Ilham Nur. 2012. Hubungan antara Kematangan Emosi dengan Kecenderungan Memaafkan pada Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan*. Vol. 1, No. 02
- Peck, Joann & Shu, Suzanne B. 2011. *Psychological ownership and affective reaction: Emotional attachment process variables and the endowment effect*. *Journal of Consumer Psychology* 21 (2011) 439–452.

- Pemita, Desika. 2014. *Sungmin Super Junior Menikah, Penggemar Dikabarkan Bunuh Diri*. <http://showbiz.liputan6.com/read/2120185/sungmin-super-junior-menikah-penggemar-dikabarkan-bunuh-diri>. Diakses pada 11 Desember 2017.
- Pierce, Jon L., O'Driscoll, Michael P., & Coghlan, Anne-Marie. 2004. *Work Environment Structure and Psychological Ownership: The Mediating Effects of Control*. *The Journal of Social Psychology*, 144(5), 507–534
- Pierce, Jon L., Kostova, Tatiana, & Dirks, Kurt T. 2002. *The State Of Psychological Ownership: Integrating And Extending A Century Of Research*. *In Press: Review of General Psychology* (2002)
- Priherdityo, Endro. 2017. *Tiba di Jakarta, Taeyeon SNSD Diserbu Fans Hingga Terjungkal*. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20170818064528-234-235533/tiba-di-jakarta-taeyeon-snsd-diserbu-fan-hingga-terjungkal>. Diakses pada 11 Desember 2017
- Rahma, Fadila Aulia & Reza, Muhammad. 2013. *Hubungan antara Pembentukan Identitas Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise pada Remaja*. *Psychology Journal*, Volume 01, Nomor 03, Tahun 2013
- Rumini, Sri dan Sundari, Siti. 2004. *Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Santrock, John W. 2007. *Remaja*. Edisi Kesebelas. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Santrock, John W. 2001. *Perkembangan Anak (Edisi Bahasa Indonesia)*. Jakarta: Erlangga

- Sari, Ayu E. 2015. *Pengaruh Pengalaman Dzikir Terhadap Ketenangan Jiwa Di Majelisun Dzakirin Kamulah Durenan Trenggalek*. Skripsi: Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung.
- Seotjningsih. 2004. *Tumbuh Kembang Remaja Dan Permasalahannya*. Jakarta: Sagung Seto.
- Siniwi, Raysa B. 2016. *Status Identitas Diri Remaja Tunanetra Non Genetik*. Skripsi: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Simanjuntak, Leo. (2016). *Psychological Ownership to Organization* sebagai Mediator dalam Hubungan antara *Leader-Member Exchange (LMX)* dan *Prosocialvoice* pada Perawat. Skripsi: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Sinclair, Gary & Tinson, Julie. 2017. *Psychological Ownership And Music Streaming Consumption*. Vol. 7. No.71: 1-9
- Sofian, Arnaz. 2017. *Pesta Ribuan Bonek Sambut Kemenangan Persebaya Di Liga 2*. <http://news.liputan6.com/read/3180368/pesta-ribuan-bonek-sambut-kemenangan-persebaya-di-liga-2>. Diakses pada 11 Desember 2017.
- Solihin dan Rosihon Anwar. 2002. *Kamus Tasawuf*. Bandung: PT Remaja Rosida Karya
- Steinberg, L. 2002. *Adolescence. International ed*. New York: McGraw-Hill., Inc
- Sulaeman, Dadang. 1995. *Psikologi Remaja Dimensi-Dimensi Perkembangan*. Bandung: Madar Maju
- Sulistiyani, Ambar. 2004. *Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Penerbit Grava Media.

- Sunarni. 2015. Pengaruh *Celebrity Worship* terhadap Identitas Diri Remaja Usia SMA di Kota Yogyakarta. *E-Journal of Psychology*, vol. 3: 45-62
- Syaamil Al Qur'an. 2010. *Miracle The Reference*. Bandung: Sygma Publishing
- Thomas. 2015. *Tawuran Fans Juventus dan Real Madrid di Jakarta Jadi Sorotan Dunia*. <http://bola.liputan6.com/read/2233364/tawuran-fans-juventus-dan-madrid-di-jakarta-jadi-sorotan-dunia>. Diakses pada 11 Desember 2017.
- Wibowo, Istiqomah., Pelupessy, Dicky C., & Narhetali, Erita. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Fakultas Psikologi Universitas Indonesia. Depok: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologis
- Yusuf, Syamsu. 2002. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

