

Siapa yang berani mengkritik: peran audience dan kompetisi antar kelompok sebagai moderator dalam hubungan antara identifikasi kolektif dan ingroup criticism (studi pada kelompok Aremania) = Who dares criticize: the role of audience and intergroup competition as moderators in influencing the relationships between collective identification and ingroup criticism (study in Aremanias)

Cahyaning Widhyastuti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20481639&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran audience dan kompetisi antar kelompok sebagai variabel moderator dalam memengaruhi hubungan antara identifikasi kolektif dan ingroup criticism. Partisipan penelitian berjumlah 182 anggota Aremania (159 laki-laki), kelompok suporter klub sepak bola Arema, dengan rentang usia 14-42 tahun. Analisis data untuk menguji pengaruh moderasi menggunakan Process MACRO model 2 yang dikembangkan oleh Hayes dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada interaksi identifikasi kolektif baik dengan audience maupun dengan kompetisi antar kelompok, sehingga dapat dikatakan bahwa audience dan kompetisi antar kelompok dalam penelitian ini tidak mempengaruhi hubungan antara identifikasi kolektif dengan ingroup criticism. Namun ketika audience dan kompetisi antar kelompok muncul bersamaan ditemukan hasil yang signifikan pada kondisi audience outgroup dan terdapat kompetisi antar kelompok, artinya partisipan dengan identifikasi kolektif tinggi akan semakin banyak menuliskan kritik terhadap ingroup ketika mengetahui bahwa kritik yang ditulis akan dibaca oleh outgroup dan kondisi ada kompetisi antar kelompok yang muncul.

.....The purpose of this study is to determine the moderating role of audience and intergroup competition in the relationship between collective identification and ingroup criticism. The participants of this study were 182 Aremanias (159 men), Arema fans club, with ages between 14-42 years. The data analysis used to test the moderation effect using Hayes' PROCESS Macro model 2 on SPSS program. The results revealed that there was no interaction between collective identification with the audience and intergroup competition, it can be said that the audience and intergroup competition in this study did not affect the relationship between collective identification and ingroup criticism. However, when audience and intergroup competition appear together, significant results are found in the outgroup audience conditions and there is intergroup competition. It means that participants with high collective identification will write more ingroup criticism when they know that the criticism will be read by outgroup and there is intergroup competition.