

NASKAH PUBLIKASI
HUBUNGAN FANATISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA
COSPLAYER

THE RELATIONSHIP BETWEEN FANATICISM AND CONSUMPTIVE
BEHAVIOR IN COSPLAYERS

Muhammad Satya Aji¹, Rahmawati Pratiwi², Aniq Hadiyah Bil Haq³



OLEH:

MUHAMMAD SATYA AJI

1911102433041

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR

SAMARINDA

2023

Naskah Publikasi

Hubungan Fanatisme terhadap Perilaku Konsumtif pada *Cosplayer*

**The Relationship Between Fanaticism and Consumptive Behavior in
Cosplayers**

Muhammad Satya Aji¹, Rahmawati Pratiwi², Aniq Hadiyah Bil Haq³



Oleh:

Muhammad satya aji

1911102433041

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR

SAMARINDA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

NASKAH PUBLIKASI

**HUBUNGAN FANATISME TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF PADA *COSPLAYER***

Oleh:

Muhammad Satya Aji

1911102433041

Samarinda, 18 Juli 2023

Telah disetujui oleh:

Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Rahmawati Pratiwi', written over a horizontal line.

Rahmawati Pratiwi, M.Psi., Psikolog

LEMBAR PENGESAHAN

NASKAH PUBLIKASI

**HUBUNGAN FANATISME TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF PADA *COSPLAYER***

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Muhammad Satya Aji

NIM : 1911102433041

Program Studi : Psikologi

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Psikologi.

Penguji I : Aniq Hadiyah Bil Haq, M.A.

(.....)

Penguji II : Rahmawati Pratiwi, M.Psi., Psikolog

(.....)

Dekan

Fakultas Psikologi



Prof. Drs. Kumaidi, M.A., Ph.D.

NIDN. 8993050022

Ketua

Program Studi Psikologi



Desita Dyah Damayanti, M.Psi., Psikolog

NIDN. 1111129301

FANATISME DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA COSPLAYER

*Muhammad Satya Aji*¹, Rahmawati
Pratiwi², Aniq Hudiyah Bil Haq³

Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

E-mail: rp230@umkt.ac.id

Abstract. *The phenomenon of cultural and psychological acculturation through the cosplay trend is taken many people attention in Indonesia. Cosplay allows people to express their creativity, enjoy their hobbies and also provide satisfaction for them. Eventually, their activity tends to increase their consumptive behavior, especially in terms of purchasing products related to anime characters. This study aims to determine the relationship between fanaticism and consumptive behavior. The subjects of this study were 60 cosplayers who were searched using the snowball purposive sampling technique. Based on the results of hypothesis testing using product moment, a correlation coefficient of 0.509 was obtained with a significance of 0.000, thus the hypothesis was accepted. The results of this research show that there is a relationship between fanaticism and consumptive behavior in cosplayers.*

Keywords: *Cosplayer, Fanaticism, Consumptive Behavior.*

Abstrak. Fenomena akulturasi budaya dan psikologis melalui tren *cosplay* banyak menyita perhatian banyak orang di Indonesia. *Cosplay* memungkinkan individu untuk mengekspresikan kreativitasnya, menikmati hobinya dan juga memberikan kepuasan bagi dirinya. Pada akhirnya aktivitas mereka cenderung meningkatkan perilaku konsumtif, terutama dalam hal pembelian produk yang berhubungan dengan karakter anime. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan fanatisme dengan perilaku konsumtif. Subjek penelitian

ini berjumlah 60 cosplayer yang dicari dengan menggunakan teknik snowball purposive sampling. Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan *product moment* diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,509 dengan signifikansi 0,000 maka hipotesis diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada cosplayer.

Kata Kunci : *Cosplayer*, Fanatisme, Perilaku Konsumtif.

Akulturası budaya melibatkan perilaku individu yang berinteraksi dengan budaya tertentu. Sedangkan, akulturası psikologis melibatkan dinamika interpersonal di dalam diri individu, yang menghasilkan reaksi yang berbeda antara satu individu dengan individu lainnya. Meskipun individu tersebut berada dalam wilayah akulturası yang sama. Salah satu kebudayaan luar yang masuk ke Indonesia adalah permainan kostum (*costume play* atau *cosplay*) yang berasal dari Negara Jepang.

Costume Play yang seringkali orang menyebutnya dengan *cosplay* adalah bentuk produk budaya luar yang berasal dari Negara Jepang. *Cosplay* atau *kosupure* dalam bahasa Jepang terdiri dari 2 (dua) kata "*costume*" dan "*play*" sehingga bisa diartikan dalam bahasa Inggris sebagai bermain dengan kostum. Istilah "*cosplay*" pertama kali populer di Negara Jepang pada tahun 1984, dikreditkan ke animator dan kritikus Nov Takahashi (Lotecki, 2012) . *Cosplay* sendiri berasal dari kata buatan jepang (Wasei-eigo), kata majemuk dari kostum dan permainan (Sabka et al.,2019).

Winge (2016) mengatakan *cosplayer* tidak hanya sekedar berdandan seperti saat menghadiri pesta kostum atau *Halloween*, melainkan mereka mengenakan kostum yang sangat detil dan serupa dengan karakter yang ingin mereka perankan. Kegiatan *cosplay* ini juga membutuhkan pengeluaran uang yang tak terhitung jumlahnya, memakan waktu dalam proses pembuatan dan pembelian kostum,

serta mempelajari pose dan dialog khas dari karakter yang ingin mereka perankan.

The Japan Foundation melaporkan bahwa lebih dari 709.479 orang Indonesia mempelajari budaya Jepang pada tahun 2018, menurut data *Japan Cultural Center* (The Japan Foundation, 2023). Hal ini menandakan bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap bahasa dan budaya Negara Jepang semakin meningkat. Perkembangan zaman dan perkembangan teknologi juga membawa perubahan dalam definisi budaya populer. Budaya populer seperti anime, manga, *cosplay*, dan J-pop yang berasal dari Negara Jepang semakin diterima oleh masyarakat Indonesia. Hal itu terlihat dari semakin maraknya event dan festival *cosplay*, kafe bertema anime, dan konser musik J-pop yang digelar di Indonesia.

Seperti halnya di Negara Jepang, trend *cosplay* juga mulai tumbuh pesat di Indonesia sejak tahun 2004 dan acara bertemakan Jepang semakin marak di berbagai kota besar di Indonesia. Pada tahun 2014, jumlah penggemar *cosplay* di Indonesia mencapai 7.200 anggota dan saat ini, jumlah penggemar *cosplay* di Indonesia meningkat menjadi 9.894 anggota (www.hot.detik.com, 2014). Kegiatan *cosplay* semakin populer di Indonesia, di mana anak muda hingga orang dewasa menjadikan *cosplay* sebagai hobi yang melibatkan berpakaian, berdandan dan mengenakan aksesoris yang menyerupai karakter *anime*.

Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif adalah perilaku yang dapat diartikan sebagai tindakan pembelian barang dan jasa, berdasarkan keinginan akan kesenangan, atau kepuasan emosional tanpa pertimbangan keuntungan secara rasional. Orang yang cenderung terus-menerus membeli dan menggunakan barang dan jasa yang tidak perlu, terutama dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan atau kesenangan mereka sendiri merupakan tindakan konsumtif (Fromm, 1995). Sedangkan menurut Lina dan Rosyid (1997) menjelaskan perilaku konsumtif yang ada di suatu individu jika ia

membayar satu hal yang berada dari luar kebutuhan sehari hari, ketika melakukan penukaran sudah tidak dilandaskan pada faktor kebutuhan tetapi sudah menjadi faktor kemauan. Menurut Kotler (2005), perilaku konsumtif disebabkan oleh budaya dan status sosial. Sehingga perilaku konsumtif terdiri dari aspek perilaku impulsive, pemborosan dan tidak memiliki nilai kebutuhan (Fromm, 1995).

Kemudian fanatisme sendiri digambarkan sebagai pengabdian khusus pada suatu objek seperti kepercayaan, ideologi, atau hobi. Fanatisme biasanya ditandai dengan tingkat gairah, keintiman, dan pengabdian yang di atas rata-rata (Chung et al., 2008). Objek fanatisme adalah segala sesuatu yang membangkitkan perasaan kuat, atau keterikatan emosional pada seseorang. Fanatisme biasanya dimulai dengan tingkat kesukaan dan rasa hormat yang tinggi terhadap subjek, fanatisme dapat diidentifikasi dengan tingkat kecintaan penggemar terhadap target fanatik (Chung et al., 2008). Fanatisme biasanya merupakan keyakinan yang sangat kuat dan tidak mau dibantah oleh fakta atau argumen lain. Orang yang fanatik seringkali tidak mau melihat sudut pandang atau pendapat orang lain, dan akan melakukan apapun demi mempertahankan keyakinannya, bahkan jika itu berarti memulai sesuatu yang tidak pantas dengan moral atau hukum (Goddard, 2001). Menurut Suroso (2010), fanatisme adalah antusiasme yang ekstrim dan ditandai dengan intensitas emosi yang tinggi terhadap sebuah pandangan yang bersifat fanatik.

Efek negatif dari fanatisme adalah terkadang menghambat kemampuan individu untuk berpikir secara rasional saat membuat keputusan. Secara umum, individu dengan pandangan fanatik cenderung merasa bahwa mereka hanya perlu mendengarkan nasihat dari mereka yang sependapat, terutama dari sesama *cosplayer* dalam hal ini. Menurut Patricia & Handayani (2014), sisi negatif dari perilaku konsumtif meliputi pemborosan dan ketidakefisienan biaya. Secara psikologis, perilaku konsumtif dapat menyebabkan kecemasan dan

perasaan tidak aman pada seseorang. Hal ini disebabkan oleh dorongan terus-menerus untuk membeli barang yang diinginkan, keterbatasan dukungan finansial yang memadai, sehingga menyebabkan kecemasan karena keinginan tersebut tidak dapat terpenuhi. Fenomena ini ditimbulkan oleh unsur fanatisme yang dalam hal ini melekat pada *cosplayer*.

Terkait dengan hal tersebut, perilaku konsumtif sering kali ditemukan pada remaja yang melakukan *cosplay* adalah sebagai bentuk rasa suka yang sangat besar pada satu kegiatan yang disebut fanatisme. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu ditemukan bahwa ada hubungan antara perilaku konsumtif penggemar grup penyanyi terhadap perilaku konsumtif (Damasta & Dewi, 2020; Andriani, 2021). Umumnya perilaku *cosplayer* dilakukan akan mengarahkan pada perilaku fanatisme, fanatisme pada *cosplayer* dapat bervariasi tergantung pada individu dan kelompok tertentu. Rasa kecintaan dan kekaguman yang tumbuh di dalam diri seorang *cosplayer*, berkembang karena ketergantungan yang mereka miliki terhadap *cosplay*. Hal ini dapat dilihat dari sejauh mana mereka menginvestasikan waktu dan uang untuk menjadi karakter favorit mereka dalam dunia *cosplay* (Putri, 2019).

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada *cosplayer*. Sebelumnya penelitian serupa hanya pernah dilakukan kepada penggemar grup penyanyi dari Jepang dan Korea, sehingga belum pernah dilakukan penelitian pada subjek *cosplayer*, yang mana mereka memiliki kesamaan karakteristik fanatisme seperti penggemar grup penyanyi. Penelitian ini diharapkan mampu untuk kedepannya dapat menambah pengetahuan dalam bidang psikologi mengenai hubungan antara fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada *cosplayer*. Selain itu diharapkan dapat membantu *cosplayer* dan komunitasnya untuk lebih memahami bagaimana fanatisme dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mereka.

Metode

Pada penelitian ini menggunakan Fanatisme sebagai variabel independen atau bebas (X) dan Perilaku Konsumtif sebagai variabel dependen atau terikat (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik korelasi untuk mengetahui hubungan antara fanatisme (x) dan perilaku konsumsi (y) pada *cosplayer*. Metode korelasi bivariat dipilih karena peneliti ingin menguji hubungan langsung antara kedua variabel tersebut (Notoatmodjo, 2010). Subjek penelitian adalah *cosplayer* sejumlah 60 orang sebagai sampel penelitian, yang diperoleh dengan menggunakan teknik sampling *snowball sampling*.

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data ini yaitu skala. Skala yang digunakan adalah skala *Likert*, di mana responden memilih satu pilihan jawaban yang sesuai dengan tingkat persetujuan mereka terhadap pernyataan yang disajikan. Skala perilaku konsumtif dan skala fanatisme digunakan sebagai instrumen untuk pengumpulan data. Peneliti memberikan 5 format pilihan sebagai berikut : 1.Sangat Tidak Relevan; 2.Tidak Relevan; 3.Agak Relevan; 4.Relevan; 5.Sangat Relevan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah menggunakan metode statistik dengan teknik analisis korelasi Parametrik.

Hasil

Penelitian ini terdapat total 60 responden penelitian yang sesuai dengan kriteria yang di tentukan yaitu berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, seorang *cosplayer* atau pernah menjadi *cosplayer*. Berdasarkan hasil tabel dapat diketahui bahwa karakteristik responden penelitian didominasi oleh responden berusia 15-20 tahun sebanyak 33 responden (55%). Berdasarkan pada jenis kelamin, responden penelitian terbanyak berjenis kelamin perempuan dengan

total 31 responden (52%). Kemudian berdasarkan status pekerjaan, responden penelitian terbanyak berstatus mahasiswa dengan jumlah 30 responden (50%).

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Subjek Penelitian

	usia	Total	Presentase
	18	15	25%
	20	14	23%
	21	10	17%
	22	7	12%
	23	6	10%
	19	2	3%
	15	1	2%
	24	2	3%
	17	1	2%
	30	1	2%
	25	1	2%
	Total	60	100%

	Jenis kelamin	Total	N(%)
	Laki-laki	26	43%
	Perempuan	31	52%
	Memilih tidak menjawab	3	5%
	Total	60	100%

Status Pekerjaan	Total	N(%)
Mahasiswa	30	50%
Pelajar	14	22%
Karyawan swasta	4	8%
Freelance	7	12%
Costume maker	1	2%
Conten creator	1	2%
Pelatih Dance	1	2%
Tidak bekerja	2	2%
Total	60	100%

Dana	Total	Presentase
Rp.50.000 - Rp.100.000	1	2%
Rp.100.000 - Rp.500.000	48	80%
Rp.600.000 - Rp.900.000	1	2%
Rp1.000.000,00	7	12%
Rp.2.000.000,00	2	3%
Rp.4.000.000,00	1	2%
Total	60	100%

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara variabel fanatisme dengan perilaku konsumtif pada *cosplayer* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0.05$), dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,509 . Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif pada dua variabel

tersebut. Artinya apabila nilai fanatisme tinggi maka nilai perilaku konsumtif tinggi begitu pula sebaliknya apabila nilai fanatisme rendah maka nilai perilaku konsumtif rendah.

Tabel 4.

Hasil Uji Korelasi

Variabel Independent	Variabel Dependent	Koefisien korelasi	Signifikansi
Fanatisme	Perilaku Konsumtif	0,509	0,000

Diskusi

Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada *cosplayer*, yaitu semakin tinggi fanatisme maka makin tinggi pula perilaku konsumtif dapat diterima. Hal ini dilihat dari nilai korelasi antara variabel fanatisme dengan variabel perilaku konsumtif yaitu 0,509.

Fanatisme adalah segala sesuatu yang membangkitkan perasaan kuat atau keterikatan emosional pada seseorang, fanatisme biasanya dimulai dengan tingkat kesukaan dan rasa hormat yang tinggi terhadap subjek. Fanatisme dapat diidentifikasi dengan tingkat kecintaan penggemar terhadap target fanatik (Chung et al., 2008). Efek negatif dari fanatisme adalah terkadang menghambat kemampuan mereka untuk berpikir secara rasional saat membuat keputusan. Secara umum, individu dengan pandangan fanatik cenderung merasa bahwa mereka hanya perlu mendengarkan nasihat dari mereka yang sependapat, terutama dari sesama *cosplayer* dalam situasi ini.

Menurut Patricia & Handayani (2014), efek negatif dari perilaku konsumtif meliputi pemborosan dan ketidak efisienan biaya. Secara psikologis, perilaku konsumtif dapat menyebabkan kecemasan dan perasaan tidak aman pada seseorang. Hal ini disebabkan oleh dorongan terus-menerus untuk membeli barang yang diinginkan, keterbatasan dukungan finansial yang memadai menyebabkan kecemasan karena keinginan tersebut tidak dapat terpenuhi.

Meskipun tidak semua bentuk fanatisme berpotensi berbahaya bagi kehidupan manusia, penting untuk memahami sifat dan karakteristik fanatisme sebagai langkah pencegahan terhadap potensi dampak negatif seperti kekerasan fisik atau mental. Seperti yang dikemukakan dalam penelitian Marimaa (2011). Penelitian tersebut menegaskan bahwa fanatisme bukan selalu merupakan hal yang negatif dan dapat ditemukan dalam berbagai aktivitas manusia.

Menurut Yosidah (2014), perilaku konsumtif dengan membeli aksesoris merupakan bagian dari peran fans sebagai aktivitas konsumen yang melibatkan transaksi. Selain pembelian aksesoris, perilaku mengkonsumsi media juga termasuk dalam jenis transaksi yang dilakukan oleh para fans. Contoh-contoh dari perilaku mengkonsumsi media ini termasuk langganan *platform streaming seperti Netflix, Crunchyroll, Hulu, Muse Indonesia*.

Menurut Sumartono (2002), faktor internal dan eksternal mempengaruhi perilaku konsumtif. Faktor internal melibatkan motivasi individu dan faktor usia serta pekerjaan yang memengaruhi tingkat antusiasme berbelanja dan situasi keuangan. Salah satu subjek penelitian dapat menghabiskan uang Rp.4.000.000,00 untuk membeli perlengkapan *cosplay* dikarenakan subjek memiliki pekerjaan yang mendukung sehingga dapat membeli perlengkapan *cosplay*. Faktor eksternal melibatkan pengaruh keluarga dalam pertimbangan pembelian di luar kebutuhan sehari-hari dan pentingnya memilih barang yang benar-benar dibutuhkan.

Selain dua faktor yang disebutkan di atas, ada juga faktor fanatisme yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Kecintaan *cosplayer* kepada karakter *anime* yang seringkali berlebihan, yang mungkin akan memunculkan sebuah fanatisme. Subjek dalam penelitian ini memiliki koleksi aksesoris costum *cosplay* yang beraneka ragam dan jumlah yang banyak, sehingga dapat menyerupai karakter *anime* idola mereka. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Chaplin (2008) yang menyatakan bahwa fanatik adalah sikap penuh semangat yang berlebihan terhadap satu segi pandangan atau satu sebab.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada kategorisasi penelitian mengenai fanatisme, ditemukan bahwa 40% responden berada pada kategori tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat fanatisme pada *cosplayer* adalah tinggi. Sedangkan hasil analisis berdasarkan kategorisasi penelitian mengenai perilaku konsumtif, ditemukan bahwa 48% responden berada pada kategori sedang. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tingkat perilaku konsumtif pada *cosplayer* adalah sedang. Berdasarkan usia, didapati bahwa usia dominan dari responden adalah 18 tahun yang di dominasi oleh perempuan sebanyak 52% dan laki-laki sebanyak 43%.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah dari keseluruhan responden diperoleh simpulan bahwa terdapat hubungan yang positif antara fanatisme terhadap perilaku konsumtif pada *cosplayer*. Artinya, semakin tinggi tingkat fanatisme seseorang maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Meninjau dari segi psikologi fanatisme adalah salah satu perilaku yang membawa pengaruh negatif pada seseorang. Fanatisme juga memunculkan perilaku konsumtif yang dimana

seseorang rela melakukan apapun untuk memenuhi hasratnya, yang ditimbulkan oleh unsur fanatisme yang melekat pada *cosplayer*.

Daftar Pustaka

- Adriani, K. (2021). Hubungan fanatisme dengan perilaku konsumtif pada k-popers (Penggemar K-Pop) di Kota Pekanbaru. *Skripsi. Pekanbaru: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Agriawan, D. (2016). *Hubungan fanatisme dengan perilaku agresi suporter sepak bola* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Chaplin, J. P. (2008). Kamus lengkap psikologi. *Rajawali Press*.
- Chung, E., Beverland, M., Farrelly, F., & Quester, P. (2008). Exploring consumer fanaticism: Extraordinary devotion in the consumption context. *ACR North American Advances*.
- Damasta, G. A., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada fans JKT48 Di Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(4), 13-18.
- DetikHot. (2014). Punya 7.200 Anggota, Komunitas Cosplay Jakarta Eksis di Setiap Event. (2023). Diakses 13 April 2023, dari <https://hot.detik.com/art/d-2527940/punya-7200-anggota-komunitas-cosplay-jakarta-eksis-di-setiap-event>.
- Fromm, E. 1995. Masyarakat yang Sehat. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Goddard, H. (2001). Civil Religion. New York: Cambridge University Press.

- Kotler, P. (2005). Manajemen pemasaran, Jilid 1, PT. Indeks Kelompok.
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(4),5-14.
- Lotecki, A. (2012). Cosplay culture: The development of interactive and living art through play. *Unpublished master's thesis*. Ryerson University, Toronto, Ontario. manga cosplay. *Mechademia*, 1(1), 65-76.
- Marimaa, K. (2011). The Many Faces Of Fanaticism. *ENDC proceeding vol*, (14), 29-55.
- Notoatmodjo, S. (2010). Metodologi Penelitian Kesehatan, Rineka Cipta. Jakarta. Indonesia.
- Patricia, N. L., & Handayani, S. (2014). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan "X". *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 127078.
- Putri, K. A., Amirudin, A., & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 14(1),
- Sabka, F. B., Setyanto, Y., & Winduwati, S. (2018). Pengungkapan identitas diri melalui komunikasi non verbal artifaktual pada komunitas crossdress cosplay jepang. *Koneksi*, 2(2), 345-351.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Suroso, S. D., & Aditya, P. (2010). Ikatan emosional terhadap tim sepakbola dan fanatisme suporter sepakbola. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(01), 1-45

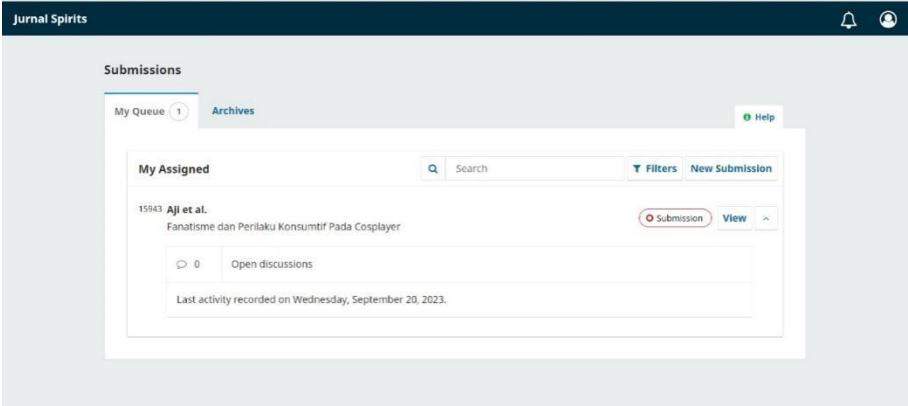
The Japan Foundation. (2023). Survey on Japanese-Language Education Abroad. Diakses 13 April 2023, dari <https://www.jpjf.go.jp/e/project/japanese/survey/result/>.

Winge, T. (2006). Costuming the imagination: Origins of anime and

Yoshida, M., Gordon, B. A., Nakazawa, M., & Biscaia, R. (2014). Conceptualization and Measurement of Fan Engagement: Empirical Evidence From a Professional Sport Context. *Journal of Sport Management*, 28(4), 399–417. <https://doi.org/10.1123/jsm.2013-0199>.

LAMPIRAN

Bukti Submit Jurnal



Surat Keterangan



Kampus 1 : Jl.Ir.H. Juanda, No.15, Samarinda
Kampus 2 : Jl.Pelita, Pesona Mahakam, Samarinda
Telp: 0541-748511 Fax: 0541-766832



SURAT KETERANGAN ARTIKEL PUBLIKASI

Assalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmawati Pratiwi, M.Psi., Psikolog
NIDN : 1123099201
Nama : Muhammad Satya Aji
NIM : 1911102433041
Fakultas : Psikologi
Program Studi : S1 Psikologi

Menyatakan bahwa artikel ilmiah yang berjudul "Hubungan Fanatisme Terhadap Perilaku Konsumtif Pada *Cosplayer*" telah di submit pada Jurnal Spirit Fakultas Psikologi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa pada tahun 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh

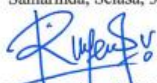
Bukti Submit:



Mahasiswa


Muhammad Satya Aji

Samarinda, Selasa, 3 Oktober 2023


Rahmawati Pratiwi, M.Psi., Psikolog