

Komunikasi Interpersonal Termediasi Sebagai Strategi Mengurangi Disonansi Kognitif: Studi Kasus Pada Penggemar K-Pop Dalam Pembelian Merch K-Pop Secara Online

Katrin Yemima Siahaan¹, Eka Nada Shofa Alkhajar^{2*}

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

Abstract

This study aims to understand how dissonance forms among K-pop fans when purchasing merchandise online and how this dissonance is reduced through mediated interpersonal communication. The research method used in this study is a qualitative approach with a phenomenological perspective, where one or more subjects are examined to understand and experience a phenomenon. The theory used in this study is the Cognitive Dissonance theory. The data collected were analyzed using the data analysis techniques of Miles and Huberman, which include data condensation, data display, verification, and conclusion drawing. The results of the study show that the efforts made by K-pop fans to reduce their dissonance include adding cognitive elements and changing their behavior to achieve consistency. Efforts in the context of mediated interpersonal communication were carried out by communicating with friends and acquaintances of the scammer, in this case, the scammer's friends, using social media platforms such as Line and WhatsApp.

Keywords:

dissonance cognitive, interpersonal communication, K-pop fans

Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat cepat dan signifikan. Salah satu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia sekarang ini adalah media sosial. Penggunaan media sosial yang semakin lama semakin masif terutama di Indonesia memunculkan fenomena kejahatan di dunia maya yang disebut kejahatan cybercrime. Salah satu bentuk cybercrime yang banyak terjadi akhir-akhir ini yaitu penipuan transaksi jual beli online.

Penipuan jual beli online di media sosial sudah banyak terjadi. Beberapa media sosial dipakai untuk melakukan transaksi jual beli secara online salah satu media sosial tersebut adalah twitter/X. Pada twitter/X, biasanya terdapat tag WTS (Want To Sell)/WTB (Want To Buy) jika seseorang ingin menjual atau membeli sesuatu.

* Corresponding Author: Eka Nada Shofa Alkhajar, ekanadashofa@staff.uns.ac.id

Platform twitter/X menjadi salah satu sosial yang media yang paling terkenal dan paling banyak digunakan oleh para penggemar K-Pop.

Para penggemar K-Pop ini disebut sebagai kpopers yang dimana mereka sebagai seorang penggemar K-Pop pastinya tidak akan lupa untuk membeli barang-barang yang berkaitan dengan idola favorit mereka. Barang-barang ini memiliki sebutan Merch yang dapat berupa album, photo card, light stick, photobook, dan poster. Pembelian merch yang masif dan penjualan merch yang terbatas membuat para K-Popers berlomba-lomba untuk membeli barang-barang tersebut sebab mereka takut jika merch idol mereka habis. Namun, pembelian tersebut kadang kala membuat mereka jatuh kedalam penipuan transaksi jual beli online. Kasus penipuan jual beli online ini sudah sangat banyak diungkapkan oleh korban lewat media sosial X.

Dalam proses bertransaksi untuk melakukan jual beli online para individu tersebut telah merasakan bahwa ada hal yang 'aneh' pada saat mereka berkomunikasi dengan pelaku. Kecacatan informasi tentang pelaku penipuan serta minimnya spesifikasi serta foto dari barang yang dijual dapat menjadi petunjuk bahwa penjual barang tersebut adalah penipu. Namun sayangnya informasi-informasi yang diberikan oleh si pelaku tersebut membuat para calon pembeli menghadapi sebuah kondisi dimana mereka merasakan kebingungan di dalam diri mereka. Kepercayaan yang sebelumnya telah mereka anut tidak "sejalan bersama" sehingga mengakibatkan timbulnya sebuah ketidaknyamanan yang dapat dijelaskan sebagai sebuah disonansi (Khakim & Imron, 2011).

Seseorang akan mendapatkan disonansi apabila dirinya telah berkomitmen untuk melakukan suatu tindakan, namun tindakan tersebut tidak konsisten dengan perilaku serta kepercayaan lainnya (Japariato, 2006). Para penggemar K-Pop yang telah menjadi korban penipuan sebelumnya telah mengalami disonansi pada saat proses pembelian berlangsung, mereka dihadapkan dengan perasaan yang tidak konsisten, ragu, dan tidak tenang. Hal ini membuat mereka melakukan komunikasi interpersonal sebagai bentuk upaya dalam mengurangi disonansi yang mereka rasakan. De Vito (dalam Ahmad & Harapan, 2014) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal merupakan bentuk penyampaian sebuah pesan yang berisikan informasi dan dikirim dari satu orang ke orang lain sebagai penerima atau sekelompok kecil orang, yang kemudian memiliki berbagai dampak serta adanya peluang untuk memberikan umpan balik segera.

Penelitian ini memiliki fokus dalam menjabarkan bentuk upaya pengurangan disonansi kognitif yang dilakukan seseorang melalui komunikasi interpersonal, dengan dilakukannya studi terhadap kasus yang ada dan mengambil data dari beberapa penggemar K-Pop yang hampir menjadi korban penipuan pada saat membeli merch K-Pop. Penelitian yang membahas mengenai upaya dalam mengurangi disonansi kognitif yang timbul melalui komunikasi interpersonal pada penggemar K-Pop yang berinteraksi dengan penjual yang merupakan penipu dan hampir menjadi korban penipuan dianggap perlu diteliti sebab ingin memberikan kepastian bahwa dengan komunikasi interpersonal dapat memberikan kepastian kepada korban dalam pengambilan keputusan sehingga tidak menjadi korban lagi dikemudian hari dan lebih berhati-hati dalam melakukan pembelian barang secara online.

Tinjauan Pustaka

Teori Disonansi Kognitif

Disonansi kognitif dapat dijabarkan sebagai situasi dimana perbuatan yang dilakukan tidak sejalan dengan kepercayaan yang sudah dipegang sehingga menimbulkan ketidaknyamanan pada diri. Roger Brown (dalam West & Turner, 2010) menyatakan bahwa teori disonansi didasari oleh sebuah prinsip dan disonansi tersebut cenderung untuk mengikuti prinsip tersebut yang menjelaskan bahwa keadaan disonansi kognitif dapat dijelaskan sebagai sebuah keadaan yang memunculkan rasa ketidaknyamanan atau ketegangan psikologis pada diri seseorang yang memunculkan motivasi dalam upaya untuk mencapai kesesuaian/konsonan.. Festinger (dalam Sarwono, 2010) berpendapat bahwa terdapat beberapa upaya yang dapat dilakukan seseorang untuk mengurangi disonansi kognitif yang muncul di dalam diri mereka yaitu mengubah elemen tingkah laku, mengubah elemen kognitif lingkungan, dan menambah elemen kognitif baru hingga penghindaran disonansi.

Komunikasi Interpersonal

De Vito (dalam Ahmad & Harapan, 2014) mengartikan komunikasi interpersonal sebagai sebuah proses dengan tujuan untuk mengirimkan dan menerima pesan baik secara formal maupun informal yang terjadi di antara dua orang maupun kelompok yang dimana proses tersebut akan menghasilkan beberapa efek serta umpan balik secara seketika. Menurut Devito (dalam Ahmad & Harapan, 2014) terdapat lima karakteristik yang dapat menciptakan komunikasi interpersonal yang efektif yaitu keterbukaan, empati, rasa positif, dukungan, dan rasa positif.

Komunikasi Interpersonal Termediasi

Mediated Interpersonal Communication (MCI) atau komunikasi interpersonal yang dimediasi adalah salah satu area yang paling dinamis dalam studi komunikasi, yang mencerminkan bagaimana individu memanfaatkan teknologi dalam interaksi pribadi mereka, Menghadapi evolusi dalam komunikasi ini, banyak konsep yang mengkaji dan mengeksplorasi bagaimana teknologi komunikasi baru dapat memfasilitasi dan mengubah interaksi interpersonal. Kemunculan MCI disebabkan karena adanya kajian terkait CMC (Computer Mediated Communication). CMC mencakup berbagai platform digital yang dimana memungkinkan setiap orang untuk berkomunikasi untuk melakukan pertukaran informasi maupun melakukan interaksi sosial secara elektronik, contohnya sistem obrolan (chatting) dan World Wide Web (WWW), karena itu media sosial dapat dikategorikan menjadi salah satu bentuk CMC. Dengan kemunculan CMC, terbentuklah sebuah kondisi yang menimbulkan perkembangan baru dari model komunikasi interpersonal. Dengan adanya kajian CMC, memunculkan jenis-jenis lingkungan komunikasi baru untuk terjadinya interaksi. CMC mengeksplorasi bagaimana lingkungan yang dimediasi dengan teknologi dapat mendukung dan memperluas proses komunikasi manusia. Berkomunikasi dengan konteks dimediasi menjadi salah satu bentuk baru dari komunikasi tersebut dan dikenal sebagai komunikasi interpersonal termediasi. Komunikasi interpersonal dimediasi saat ini menjadi salah satu area paling dinamis dalam studi komunikasi yang mencerminkan bagaimana individu menggunakan teknologi dalam interaksi pribadi mereka.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dijelaskan sebagai jenis penelitian yang dilakukan dengan mengambil dan mengumpulkan data dalam suatu latar ilmiah, dengan menggunakan metode alamiah dan dilakukan oleh peneliti yang memiliki ketertarikan untuk memahami sebuah fenomena yang dialami oleh subjek penelitian (Moleong, 2018). Penelitian kualitatif dilakukan untuk mendapatkan persepsi dari subjek dalam konteks tertentu dan penggalian lebih dalam dari pengalaman dan persepsi subjek dengan tujuan mendapatkan sebuah gambaran yang utuh terhadap suatu hal yang dimana berdasarkan pada subjek yang diteliti. Penelitian kualitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan fenomenologi yang dimana subjek yang dapat berjumlah satu atau lebih diteliti dalam memahami dan mengalami suatu fenomena yang dialami.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Disonansi Kognitif Pada Penggemar Kpop

Disonansi yang dirasakan oleh para informan dimulai pada saat mereka memulai komunikasi dengan penjual merch dan pada saat mereka telah melakukan transaksi dengan si penjual merch yang sebenarnya merupakan penipu. Informan pada awalnya tidak menyadari pada awalnya bahwa si penjual merch merupakan seorang penipu.

Informan I menjelaskan:

“Nggak ada pemikiran kaya gitu awalnya” (Rif, wawancara 20 Mei 2024)

Informan II menjelaskan:

“Awalnya aku ga ada curiga sama sekali karena emang barang itu PO yang mana dari webnya dijelaskan kemungkinan dia ready di bulan januari atau february dan saat itu aku ordernya desember 2023.” (Nan, wawancara 21 Mei 2024)

Informan III menjelaskan:

“Kayanya enggak sih. Aku gak sempat pikir kaya gitu. pemikiran bahwa si penjual merch merupakan penipu ga ada”. (Salsa, wawancara 22 Mei 2024)

Informan IV menjelaskan:

“Enggak, gak ada pikiran sama sekali soalnya dia juga ada mutualan sama teman aku jadi kayak follow-followan juga sama temanku kan jadi aku kaya, yaudah terpercaya jadi ga ada feeling yang gimana-gimana.” (Sevrina, wawancara 22 Mei 2024)

Upaya pengurangan disonansi Kognitif

Penambahan pada beberapa elemen kognitif merupakan upaya pengurangan disonansi kognitif dengan secara aktif mencari konsonan baru dengan cara mendapatkan informasi-informasi baru dari orang lain yang lain yang diharapkan dapat mengurangi disonansi yang terjadi di dalam diri. Komunikasi interpersonal tersebut dilakukan dengan memakai media sosial sebagai penunjangnya.

Informan I menjelaskan:

“Aku nyari-nyari sedikit tentang si penjual. Dari yang ngaku kenal sama si penjual sampai nyari nama orang tersebut di google. Aku komunikasi sama orang yang ngaku kenal sama si penjual. Kalau aku nanya dia rumahnya dimana, terus tentang barangnya beneran apa enggak, nama lengkap dia,

pokoknya identitas dia yg diubek sampai ke sekolahnya tau dimana.” (Rif, wawancara 20 Mei 2024)

Informan II menjelaskan:

“Iya awalnya aku cari kontak dia dari mutual dia akhirnya dapet terus sempat ngilang lagi, akhirnya aku nyari kontak di Line dia akhirnya dapet. Itupun walau akhirnya ga ada direspon sama dia. Saat itu aku juga ada minta beberapa saran dari teman, kayak apa yang harus aku lakuin biar sellernya respon terus aku cari-cari info juga, temen-temenku ikut bantu cariin info.” (Nan, wawancara 21 Mei 2024)

Informan III menjelaskan:

“Aku tanya ke adminnya itu emang ga sampai-sampai produknya, kita semua sebagai customer itu mempertanyakan produknya itu ke admin nya terus ga lama di infoin kalau admin yang tempat aku beli produk tersebut itu kayanya nipu, naah uangnya terkumpul semua, tapi sama dia produknya itu tidak dibeli. Aku cari informasinya juga, lalu aku tanya kelanjutannya gimana. Kalau misalkan produknya ini ga bisa dateng, bener-bener kitanya ketipu semua termasuk aku, pada akhirnya sama admin aku dikembalikan uang dpnya sebanyak 50% dari dp tersebut sebagai ganti ruginya. Karena emangnya adminku ini kan ga beli sendiri barangnya, dia ikut group order lain juga .” (Salsa, wawancara 21 Mei 2024)

Informan IV menjelaskan:

“Ada. Sama temen sefandom aku kan. Jadi temen aku nanya, beli dimana. Terus aku bilang disini.” (Sevrina, wawancara 22 Mei 2024)

Penambahan pada beberapa elemen kognitif

Mengubah perilaku merupakan pengurangan disonansi yang dilakukan dengan merubah beberapa perilaku agar dapat memberikan konsistensi terhadap kognisi.

Informan II menjelaskan:

“Iya, untuk seluruh saran-saran dari teman itu akhirnya aku lakukan karena juga aku juga pengennya melakukan hal itu ditambah dengan support temen-temenku ya akhirnya aku lakuin semuanya.” Nan, wawancara 21 Mei 2024)

Informan III menjelaskan:

“Iya lumayan ya. Aku merasa lebih tegas dan lebih sadar gitu kalau misal aku beli merchandise, aku punya hak untuk menanyakan status produk aku sudah sampai mana, terus dengan transparansinya dan semacam itu. Seharusnya tidak masalah aku menanyakan pada admin kalau aku beli produk tersebut, kaya gitu.” (Salsa, wawancara 21 Mei 2024)

Informan IV menjelaskan:

“Awalnya itu lah aku bilang, temanku suruh ngecek lagi. Terus aku bilang sudah aku chat. Aman kok di twitter ga ada yang ngetag dia. Get contact dia juga aman. Gitu aku bilang. Terus habis itu aku chat, aku check rekening dia. Tapi ga tau ya, temen aku ini punya felling juga, jadi temen aku ini yang berpengaruh memang yang ngasih tahu. “Pastiin dulu, pastiin dulu jangan langsung transfer, kok aku kayak ga yakin”, gitu kata dia. Jadi ya gitu sih.” (Sevrina, wawancara 22 Mei 2024)

Komunikasi interpersonal termediasi sebagai upaya pengurangan disonansi kognitif

Dalam menentukan tindakan yang akan dilakukan oleh para penggemar K-Pop yang mulai mengalami disonansi, komunikasi interpersonal menjadi salah satu jalan untuk mengurangi disonansi kognitif yang muncul dalam diri para penggemar K-Pop. Saat melakukan komunikasi, informan memakai media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi dengan teman serta orang yang berkaitan dengan si penipu. Media sosial yang dipakai keempat informan adalah Line. Selain itu ada informan yang memakai media sosial Whatsapp sebagai alat untuk membantu informan dalam berkomunikasi dengan temannya. Keempat informan memakai media sosial sebagai cara untuk melakukan komunikasi dengan orang yang dapat membantu mereka mengurangi disonansi kognitif mereka, dalam hal ini adalah teman serta teman sekolah si penipu. Seperti yang dijelaskan oleh Devito (dalam Ahmad & Harapan, 2014) bahwa terdapat beberapa karakteristik yang dapat mempengaruhi efektivitas dalam komunikasi interpersonal.

1. Sikap keterbukaan menjadi salah satu faktor yang mendukung agar komunikasi interpersonal dapat menjadi efektif. Para penggemar K-Pop yang mengalami disonansi harus terbuka terhadap orang yang diajaknya berinteraksi, yang dalam hal ini adalah teman mereka.

Informan III menjelaskan:

“...terus aku tanya, kalau emang penipuan gitu biasanya hasilnya akhirnya gimana dan kalau kata temenku sebelumnya yang emang beneran tau dunia-dunia kaya gitu, eee sebenarnya emang kayak ga bisa diapa-apain juga” (Salsa, wawancara 21 Mei 2024)

2. Empati menjadi faktor lain yang mendukung agar komunikasi interpersonal dapat berjalan dengan lancar. Teman yang diajak berkomunikasi oleh para penggemar K-Pop yang mengalami disonansi menunjukkan perasaan empati terhadap hal yang dialami oleh teman mereka

Informan II menjelaskan:

“Awalnya kan aku cerita sama mereka terus aku minta saran apa yang harus aku lakukan, terus temen ku ada minta saran pertama cari nama dia di base yang aku temui, terus cari nama dia di pencarian, terus akhirnya cari orang-orang yang nge mention dia di twitter terus dihubungi satu-satu apakah kenal sama seller tersebut” (Nan, wawancara 21 Mei 2024)

3. Dukungan yang dirasakan oleh para penggemar K-Pop yang mengalami disonansi menjadi salah satu faktor yang menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh penggemar K-Pop yang mengalami disonansi dengan temannya merupakan komunikasi interpersonal yang efektif.

Informan III menjelaskan:

“Aku merasa lebih tegas dan lebih sadar gitu kalau misal aku beli merchandise, aku punya hak untuk menanyakan status produk aku sudah sampai mana, terus dengan transparansinya dan semacam itu. Seharusnya tidak masalah aku menanyakan pada admin kalau aku beli produk tersebut, kaya gitu.” (Salsa, wawancara 21 Mei 2024)

4. Para penggemar K-Pop yang mengalami disonansi memberikan reaksi positif kepada teman yang diajak berkomunikasi.

Informan II menjelaskan:

“Berefek banget sih berkomunikasi sama temen-temen itu karena makin meyakinkan kita buat semakin nge reach out itu penjual.” (Nan, wawancara 21 Mei 2024)

5. Adanya kesamaan antara teman yang diajak berkomunikasi dan para penggemar K-Pop yang mengalami disonansi akan membuat komunikasi interpersonal dapat terjalin secara efektif.

Informan IV menjelaskan:

“Iya, jadi sekarang tuh aku kalau beli apa-apa tuh jadi kayak temen aku tuh beli dimana nih. Jadi aku kaya nanya ke temen mereka belinya dimana. Jadi dah jarang sih aku nyari penjual sendiri, jadi kayak ngikutin temen aku langganan beli dimana, jadinya kalau sebelum aku beli barang aku nanya ke teman, eh ini aman ga sih beli di sini. Terus kalau ada banyak yang bilang aman, baru aku lanjutin gitu sih.” (Sevrina, wawancara 22 Mei 2024)

Pembahasan

Disonansi kognitif dalam diri seseorang dapat disebabkan oleh beberapa sumber. Festinger (dalam West & Turner, 2010) menjelaskan bahwa terdapat beberapa sumber yang menimbulkan disonansi kognitif dalam diri seseorang yaitu Inkonsistensi logis, nilai-nilai budaya, pendapat umum, dan pengalaman masa lalu. Dari keempat sumber yang menjadi sumber yang dapat menimbulkan disonansi kognitif di dalam diri individu, inkonsistensi logis menjadi sumber yang menimbulkan disonansi kognitif dalam diri penggemar K-Pop yang hampir menjadi korban penipuan.

Festinger (dalam Griffin, 2012) menjelaskan bahwa disaat kognitif disonansi terjadi pada seseorang, maka akan timbul reaksi yang akan memicu seseorang untuk melakukan suatu hal yang dapat mengurangi disonansi atau bahkan menghindari disonansi yang ada. Para penggemar K-pop yang melakukan transaksi dan berkomunikasi dengan penjual merch merasakan keraguan pada saat proses melakukan transaksi. Dalam menghadapi keraguan tersebut, para penggemar K-Pop mencari informasi dari teman sesama penggemar K-pop, teman si penipu, ataupun teman yang sudah berpengalaman dalam melakukan pembelian merch K-Pop secara online. Dalam menghadapi keraguan tersebut, para penggemar K-Pop mencari informasi dari teman sesama penggemar K-pop, teman si penipu ataupun teman yang sudah berpengalaman dalam melakukan pembelian merch K-Pop secara online. Informasi baru yang didapatkan akan diinterpretasikan oleh para penggemar K-pop sehingga informasi tersebut konsisten dengan tindakan mereka sehingga disonansi kognitif berkurang.

Selanjutnya, upaya yang dilakukan penggemar K-Pop dalam mengurangi disonansinya yaitu merubah beberapa perilaku agar dapat memberikan konsistensi terhadap kognisi. Melalui komunikasi dengan orang lain dapat membuat diri dapat lebih tegas dalam bertindak dan efektif dalam menentukan perilaku yang harus dilakukan agar disonansi yang ada dalam diri dapat berkurang. Informasi yang kita miliki masih memiliki potensi untuk menimbulkan disonansi, sehingga informasi-informasi baru yang kita dapat dari berkomunikasi dengan orang lain dapat mengurangi disonansi yang ada dalam diri kita sehingga menambahkan keyakinan kita untuk mengubah perilaku agar sesuai dengan kognisi yang terbentuk dari informasi baru.

Upaya lain yang dilakukan penggemar K-Pop yang mengalami disonansi kognitif yaitu dengan melakukan komunikasi interpersonal. Berdasarkan penjelasan

Maulana & Gumelar (2013) komunikasi interpersonal dideskripsikan sebagai sebuah komunikasi yang terjadi pada dua individu, seperti suami-istri, dua sahabat, dua sejawat, guru-murid, dan sebagainya.

Komunikasi tersebut dilakukan dengan menggunakan teknologi komputer, yaitu menggunakan media sosial Line dan Whatsapp. Seperti penjelasan Lengel (dalam Anggraeni & Ramdani, 2021) bahwa CMC dideskripsikan sebagai bentuk proses interaksi antar manusia yang memakai sebuah perantara yaitu komputer, melibatkan individu, mempunyai keterlibatan dalam melakukan pemrosesan dalam membentuk media dengan berbagai macam tujuan.

Keefektifan komunikasi yang dilakukan oleh penggemar K-Pop dengan temannya dan teman si penipu dilakukan secara efektif dilihat dari terbentuknya keterbukaan, empati, dukungan, rasa positif, serta kesetaraan pada saat komunikasi berlangsung. Keefektifan komunikasi interpersonal ini juga terbukti dari adanya pengurangan disonansi di dalam diri penggemar K-Pop setelah melakukan komunikasi interpersonal dengan temannya. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa komunikasi dengan teman dengan meminta saran dapat menjadi cara efektif untuk mengurangi keraguan dalam diri penggemar K-pop yang mengalami disonansi. Hal ini pun seperti yang dijelaskan dalam penelitian Chendriawan & Rejeki yang menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan secara intensif dengan orang-orang yang ada di lingkungan sosial individu seperti teman dan keluarga serta menunjukkan adanya saling empati, keterbukaan sikap saling mendukung, dan sikap positif satu sama lain dapat memberikan kenyamanan dalam diri individu sehingga pada akhirnya memberikan pengetahuan baru bagi individu dan terlebih dapat membantu dalam mengurangi disonansi yang dirasakan oleh individu tersebut (Chendriawan & Rejeki, 2013).

Kesimpulan

Disonansi yang muncul di dalam diri seseorang terjadi dikarenakan seseorang adanya ketidaknyamanan yang berasal dari ketidakkonsistenan akan kognitif. Perasaan disonansi tersebut akan mendorong seseorang untuk melakukan usaha yang dapat membuat seseorang mengurangi rasa disonansi yang ada di dalam dirinya. Ada beberapa cara yang dapat ditempuh seseorang untuk mengurangi rasa disonansinya, cara tersebut adalah dengan mencari informasi sehingga menambah elemen dalam kognitif serta merubah perilaku sesuai dengan informasi baru yang didapatnya.

Berdasarkan dari hasil dan analisis penelitian, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Para penggemar K-Pop yang mengalami disonansi kognitif dalam proses melakukan pembelian merch secara online melakukan upaya-upaya pengurangan disonansi berdasarkan teori disonansi kognitif yaitu:
 - a. Upaya pengurangan disonansi dengan penambahan elemen kognitif yang dilakukan dengan mendapatkan informasi-informasi baru yang dapat mengurangi disonansi kita. Informasi baru tersebut dapat diperoleh dari komunikasi dengan orang lain yang dalam hasil penelitian ada beberapa informan yang melakukan komunikasi dengan temannya dan ada informan yang melakukan komunikasi dengan orang yang bersangkutan dengan si penjual merch K-Pop yang merupakan seorang penipu, dalam hal ini adalah

- teman si penipu. Komunikasi tersebut seluruhnya dilakukan dengan memakai media sosial seperti Whatsapp dan Line.
- b. Upaya dengan mengubah perilaku. Keempat informan melakukan perubahan perilaku agar dapat memberikan konsistensi terhadap kognisi mereka. Disonansi kognitif terjadi salah satunya disebabkan karena adanya perbedaan antara perilaku dengan keyakinan dalam diri, maka keempat informan mengubah perilaku agar sesuai dengan keyakinan diri sehingga mengurangi disonansi dalam diri mereka.
2. Komunikasi interpersonal termediasi sebagai upaya pengurangan disonansi dalam diri keempat informan dilakukan secara intens dengan orang-orang yang dapat membantu mereka mengurangi disonansi mereka, dalam hal ini adalah teman informan dan teman si penipu. Keempat informan memakai media sosial Line dan Whatsapp sebagai alat untuk berkomunikasi dengan teman mereka. Komunikasi interpersonal yang terjadi dilakukan secara efektif, yang ditunjukkan dengan adanya keterbukaan, empati, dukungan, rasa positif, dan kesamaan. Komunikasi yang efektif ini akhirnya memberikan pengetahuan baru bagi keempat informan sehingga dapat membantu informan dalam mengurangi disonansi yang muncul pada saat mereka melakukan transaksi pembelian online dengan penjual yang merupakan seorang penipu.

Daftar Pustaka

- Ahmad, S., & Harapan, E. (2014). *Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Anggraeni, L., & Ramdani, A.H. Pola Komunikasi Civitas Akademik Dalam Ruang Virtual di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru. *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(2), 156-170.
- Chendriawan, T. S., & Rejeki, N.S. (2013). UPAYA-UPAYA PENGURANGAN DISONANSI KOGNITIF MELALUI KOMUNIKASI INTERPERSONAL (Studi Kasus Pemilihan Konsentrasi Studi Public Relations Pada Mahasiswa 2011/2012 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Griffin, E. (2012). *A First Look at Communication Theory*. New York, US:McGraw-Hill Companies.
- Japarianto, E. (2006). Analisis Pembentukan Disonansi Kognitif Konsumen Pemilik Mobil Toyota Avanza. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 81-87.
- Khakim, F. M., & Imron, M. (2011). Disonansi Kognitif Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Manajemen Di Stienu Jepara. *Jurnal STIENU Jepara*, 15-28.
- Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Moleong. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, S. W. (2010). *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers
- West, R., & Turner. L.H. (2010). *Introducing Communication Theory Analysis and Application*. New York, US:McGraw- Hill Companies.