

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Masalah telah banyak merubah kehidupan pada zaman ini. Perkembangan kebutuhan hidup manusia yang dipicu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami perubahan dari zaman ke zaman, begitupula dalam kehidupan ekonomi dan sosialnya. Modernisasi digunakan untuk menunjuk pada berbagai tahapan perkembangan sosial yang didasarkan pada industrialistis, pertumbuhan ilmu dan teknologi, pasar dunia kapitalis, urbanisasi dan berbagai unsur infrastruktur lainnya.

Masyarakat bisa dengan mudah melakukan transaksi ekonomi dan informasi dalam waktu singkat melalui teknologi dan satelit komputer, misalnya adalah seseorang yang memesan pakaian, sepatu dan tas melalui online shop agar lebih praktis dalam mendapatkan sesuatu yang mereka inginkan. Masyarakat yang terpengaruh budaya global secara sadar atau tidak telah memiliki suatu pola perilaku yang baru yang khas.

*Trend* yang semakin berubah ke arah suatu keniscayaan ketika di dalam media massa juga turut berperan dan menjadi hal penting dalam membentuk perilaku konsumtif. Sebelum terjadi perilaku konsumtif, awalnya masyarakat hanya mengkonsumsi barang untuk kebutuhan produksi dan konsumsi yang cukup. Namun sekarang semua masyarakat lebih suka mengkonsumsi segala sesuatunya dengan berlebihan.

Engel (2016) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Menurut Effendi (2016) perilaku konsumtif sendiri merupakan sebagai suatu kecenderungan manusia yang melakukan konsumsi tiada batas, di mana manusia lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Individu yang berperilaku konsumtif-konsumen yang bersifat irrasional-biasanya memiliki ciri-ciri antara lain; cepat tertarik dengan iklan dan promosi, mengoleksi produk bermerek atau branded yang sudah dikenal luas, memilih produk bukan berdasarkan kebutuhan,

Perilaku konsumtif meliputi seluruh kelompok masyarakat tidak terkecuali para anak muda yang memiliki komunitas/club mobil. Club pada dasarnya adalah sekelompok orang (umumnya kaum hawa) yang berkumpul dan mengumpulkan uang secara teratur tiap periode tertentu. Setelah uang terkumpul, akan diundi nama yang dinyatakan sebagai pemenang. Periode putaran berakhir apabila semua anggota telah memenangkan undian (Roesma dalam Nadya, 2013).

Bukan hanya wanita yang mempunyai kecenderungan besar untuk berperilaku konsumtif tetapi pria juga mempunyai kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Pria jika sudah memiliki hoby mereka seperti otomotif mereka lebih banyak mengeluarkan uang daripada wanita hal ini karena pria juga memiliki emosional yang tinggi untuk memiliki sesuatu dan melengkapi mobil yang

akan mereka modifikasi.

Predikat konsumtif biasanya melekat pada seseorang bila orang tersebut, membeli sesuatu di luar kebutuhan yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah taraf keinginan yang berlebihan.

Masalah terjadi apabila pemenuhan akan keinginan itu dilakukan dengan segala macam cara yang tidak sehat. Mulai dari pola bekerja yang berlebihan sampai menggunakan cara instan seperti korupsi. Pada akhirnya perilaku konsumtif bukan saja memiliki dampak ekonomi, tapi juga dampak psikologis, sosial bahkan etika Simamora (2017) Selanjutnya mengatakan bahwa perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak negatif. Dampak negatif perilaku konsumtif antara lain, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, dari hasil wawancara subjek RW ada dampak negative dari perilaku konsumtif yaitu subjek RW mendapatkan uang dari hasil bekerja nya akan tetapi hasil dari bekerja dihabiskan untuk memodifikasi mobilnya tanpa berfikir untuk menabung Simamora (2017).

Kelompok mobil Low Palembang berdiri sejak tahun 2017. Awal mula terbentuknya kelompok Low Palembang karena sekelompok pertemenan memiliki kesenangan dan hobby yang sama jadilah terbentuk kelompok mobil Low Palembang. Gagasan untuk membentuk kelompok mobil ini awalnya hanya beberapa anggota saja dan kemudian anggotanya bertambah.

Kelompok mobil ini beranggotakan 150 orang. Anggota ini berkumpul setiap malam minggu dan hari minggu sore dan biasanya berkumpul di taman Kambang Iwak dan juga coffeshop yang telah mereka tentukan. Mereka

berkumpul untuk sekedar berinteraksi antara anggotanya dan juga membicarakan hobby mereka yaitu otomotif untuk saling bertukar cerita tentang mobil yang telah mereka modifikasi, seperti yang diketahui bahwa barang-barang otomotif tentu untuk kendaraan roda 4(empat) untuk harga aksesoris relatif mahal berkisar harga 3,5jt-30jt.

Berdasarkan wawancara dan (personal communicate, 12 desember 2021) di rumah subjek AP. Berdasarkan wawancara dan personal communicate dengan subjek AP, subjek bergabung menjadi anggota komunitas mobil low sejak tanggal 22 desember 2019. Ketika ditanya peneliti apakah subjek AP mengalami perubahan dampak prilaku konsumtif tersebut mereka selalu menghabiskan uang untuk memodifikasi mobil, karena subjek AP juga berbicara bahwa dia menjual barang elektronik tanpa sepengetahuan orang tua nya untuk memodifikasi mobil nya. Subjek AP menyatakan bahwa dirinya boros jika membeli barang-barang untuk perlengkapan mobilnya walaupun dengan harga yang mahal dan subjek AP mengatakan bahwa dirinya hampir setiap saat menghabiskan uang kisaran 3,5 jt-20jt untuk memodifikasi mobilnya mulai dengan menggantikan knalpot atau memodifikasi yang lain.

Kelompok mobil Low Palembang berdiri sejak tahun 2017. Awal mula terbentuknya kelompok Low Palembang karena sekelompok pertemenan memiliki kesenangan dan hobby yang sama jadilah terbentuk kelompok mobil Low Palembang. Gagasan untuk membentuk kelompok mobil ini awalnya hanya beberapa anggota saja dan kemudian anggotanya bertambah.

Kelompok mobil ini beranggotakan 150 orang. Anggota ini berkumpul

setiap malam minggu dan hari minggu sore dan biasanya berkumpul di taman Kambang Iwak dan juga coffeshop yang telah mereka tentukan. Mereka berkumpul untuk sekedar berinteraksi antara anggotanya dan juga membicarakan hobby mereka otomotif untuk saling bertukar cerita tentang mobil yang telah mereka modifikasi.

Berdasarkan wawancara dan (*personal communicate*, 14 desember 2021) di coffeshop. Berdasarkan wawancara dan *personal communicate* dengan subjek RH, ia bergabung menjadi anggota komunitas mobil low sejak tanggal 23 maret 2017. RH menyatakan bahwa dirinya sering menghabiskan uang untuk memodifikasi perlengkapan mobil hingga hiasan mobil dan subjek menghabiskan waktu dan uang untuk ke bengkel langganannya dan jika barang yang subjek inginkan tidak ada subjek membelinya melalui online. Subjek RH juga menjelaskan bahwa dia juga sering tidak masuk kuliah untuk memodifikasi mobil di bengkel, dan subjek RH juga menjelaskan dirinya sering berbohong kepada orang tua nya dengan alasan bahwa membeli buku kuliah nya padahal subjek RH menggunakan uang tersebut untuk memodifikasi mobilnya mahal seperti knalpot racing yang bemerek HKS dengan harga 8.000.000 (delapan juta) ORD EXHAUST dengan harga 7.000.000 (tujuh juta) Merek 507 Power dengan harga 7.500.000(tujuh juta lima ratus).

Meninjau dari wawancara dan Skalaawal yang telah dilakukan, pada Kelompok mobil low adalah para remaja cenderung menunjukkan dampak perilaku konsumtif. Ini terlihat dari, kebiasaan membeli barang yang berlebihan seperti membeli knalpot racing, velg, dan interior mobil lainnya.

Menurut Setiaji dalam Konsumerisme (2005) menyatakan bahwa dampak perilaku konsumtif adalah perilaku berlebihan dan membabi buta dalam membeli suatu barang.

Sploras (dalam Amirullah, 2011) juga menyatakan ada delapan gaya konsumen dalam berbelanja, yaitu mencari produk dengan kualitas terbaik, konsumen yang menyukai barang yang bermerk, konsumen yang menyukai produk baru dan mengikuti mode, konsumen menganggap berbelanja sebagai rekreasi, kesadaran konsumen akan harga, konsumen berbelanja secara mendadak, konsumen yang bingung akan banyaknya pilihan dan konsumen yang setia pada merk tertentu.

Dari ciri-ciri tersebut peneliti mencoba melakukan penelitian awal yang telah di sebar terdiri dari 20 responden : hasil Skalatersebut menunjukkan bahwa berdasarkan dari salah satu ciri-ciri yang mempengaruhi perilaku konsumtif didapat bahwa 62,1 % orang memiliki ciri-ciri tersebut. Ciri-ciri perilaku konsumtif pada individu ini ialah di tunjukan banyak nya tuntutan kelompok mobil, namun dari segi kemampuan anggota mempunyai batasan kemampuan individu itu sendiri, contoh anggota membeli barang yang mahal dan bermerek.

Menurut Hyman (dalam Damsar, 2013) bahwa kelompok acuan merupakan orang atau kelompok yang mempengaruhi secara signifikan perilaku individu. Kelompok acuan menyediakan standar (norma) dan nilai yang dapat menjadi perspektif penentu mengenai bagaimana seseorang merasa, berpikir, bertindak dan berperilaku. perilaku konsumen dipengaruhi oleh kelompok/komunitas anutan

yang mereka menjadi anggotanya atau yang mereka cita-citakan. Kelompok/komunitas sosial yang dapat menjadi acuan seseorang salah satunya adalah komunitas mobil.

Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif terjadi dengan cara mengikuti penampilan kelompok ataupun karena ingin diterima oleh kelompok. Adanya unsur perilaku membeli yang tidak sesuai kebutuhan dilakukan semata-mata demi hubungan konformitas yang telah dibentuk dengan *peer group*-nya dan juga terdapat unsur kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan pendapat Rusivch (2008) yang mengatakan bahwa disaat seseorang menyatakan ataupun telah melakukan pembelian produk, dikarenakan adanya tekanan atau paksaan dari kelompok, maka disaat itu juga dapat dikatakan bahwa konformitas memberikan peran penting pada pemakaian ataupun konsumsi produk.

Baron dan Byrne (2008) mengemukakan konformitas adalah suatu sikap individu untuk mengubah perilakunya dengan mengambil norma yang ada dengan menerima ide-ide atau aturan yang menunjukkan bagaimana individu itu harus bersikap dalam kondisi tertentu. Konformitas adalah suatu bentuk tendensi orang untuk merubah perilaku atau keyakinan agar perilakunya tersebut sesuai dengan perilaku orang lain (Taylor, 2005).

Seseorang membeli suatu barang dipengaruhi oleh dua faktor Swastha dan Handoko (Jessica 2012), yaitu : Faktor eksternal atau Lingkungan

a) Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor lingkungan dimana individu tersebut dilahirkan dan dibesarkan. Konsumen yang berasal dari lingkungan

yang berbeda akan memiliki penilaian, kebutuhan, dan selera yang berbeda-beda.

- b) Menurut Stanton (Swastha dan Handoko, dalam Jessica 2012) kebudayaan merupakan symbol dan fakta yang kompleks, diciptakan manusia, dan diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat yang ada.
- c) Konformitas sering disebut juga dengan kelompok sosial atau sebagai kelompok acuan. Kelompok acuan adalah kelompok yang mempunyai pengaruh langsung ataupun tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang Kotler, (Jessica 2012).

Konformitas adalah bentuk untuk menyesuaikan diri dengan orang lain dalam tingkah laku sehingga akan menjadi sama dan akan sama juga dalam mencapai suatu tujuan (Sears, 2005). Menurut Triyaningsih (2011) perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan atas pertimbangan secara rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kebutuhan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik.

Jalaluddin (2004) juga mengatakan konformitas, bahwa bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama.

Ciri-ciri dari konformitas menurut Freedman & Peplau (2009) ada kekompakan yang terdiri dari aspek penyesuaian diri dan perhatian kelompok, kesepakatan yang terdiri dari aspek kepercayaan, persamaan pendapat, dan penyimpangan terhadap pendapat kelompok, serta ketaatan yang terdiri dari aspek tekanan karena ganjaran, ancaman, & hukuman dan juga harapan terhadap orang lain

Berdasarkan wawancara dan (*personal communicate*, 3 Oktober 2021) di taman Kambang Iwak. Berdasarkan wawancara dan *personal communicate* dengan subjek R, subjek R mengatakan bahwa mereka sudah ada jadwal untuk kumpul bersama dalam satu anggota tetapi jika ada anggota yang ingin berkumpul dan mengajak dirinya untuk nongkrong dia mau dan selalu ikut, subjek juga mengatakan bahwa didalam komunitas itu ada baju yang sama untuk menandakan bahwa mereka adalah anggota dari komunitas mobil tersebut.

Berdasarkan wawancara dan (*personal communicate*, 3 Oktober 2021) di taman Kambang Iwak. Berdasarkan wawancara dan *personal communicate* dengan subjek G, ia menyatakan bahwa dirinya selalu mengikuti kegiatan yang diselenggarakan komunitasnya dan mengikuti acara mobil-mobil lainnya dan sering mengikuti balapan mobil dengan membawa nama komunitas low dibalapan mobil tersebut dan jika dirinya menang maka uangnya untuk makan bersama dengan anggota komunitas mobil tersebut.

Konformitas merupakan suatu sikap perubahan perilaku yang dilakukan sebagai bentuk penyesuaian terhadap aturan kelompok karena adanya tekanan baik yang nyata maupun hanya hanyalan tujuannya agar dapat diterima menjadi bagian

dari kelompok. Baron dkk (dalam, Sarwono, 2009) memberi pengertian bahwa konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu merubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma social.

Dari ciri-ciri tersebut peneliti mencoba melakukan penelitian awal yang telah di sebar terdiri dari 20 responden : hasil Skalatersebut menunjukkan bahwa berdasarkan dari salah satu ciri-ciri yang mempengaruhi konformitas didapat bahwa 62,1% orang mengalami ciri-ciri tersebut. Ciri-ciri komformitas pada individu ini ialah di tunjukan banyak nya tuntutan kelompok atau grup mobil, namun dari segi kemampuan anggota mempunyai batasan kemampuan individu itu sendiri, contoh anggota membeli barang yang second untuk melengkapinya, dikarenakan masalah ekonomi atau barangnya masih bagus untuk dibeli.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti harus meneliti lebih lanjut mengenai hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada kelompok mobil low di Palembang. Berkaitan dengan hal ini, maka peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu “Apakah ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada kelompok mobil low di Palembang?”.

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada Kelompok mobil Low di Palembang?"

## **C. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan keilmuan

dalam bidang psikologi khususnya psikologi kepribadian.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi peneliti

Diharapkan mampu menambah wawasan mengenai konformitas dan perilaku konsumtif pada Kelompok mobil Low.

### b. Bagi subjek penelitian

Diharapkan dapat bermanfaat bagi para pemuda-pemudi agar mampu mengendalikan perilaku konsumtif sehingga dapat mengurangi pemborosan dalam kehidupan mereka dengan merubah perilaku mereka, dan dapat lebih selektif dalam memilih teman.

## **D. Keaslian Penelitian**

Keaslian penelitian ini berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai karekteristik yang relatif sama dalam hal tema kajian, meskipun berbeda dalam hal kriteria subjek, jumlah dan posisi variabel penelitian atau metode analisis yang digunakan. Penelitian yang akan dilakukan mengenai hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada Kelompok mobil Low di Palembang.

Penelitian pertama tentang komformitas pernah dilakukan oleh Nur Fitriyani, Presetyo Budi Widodo, Nailul Fauziah (2013) dengan judul "*hubungan antara komformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk indah Semarang*" dengan hasil penelitian Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh motivasi, harga diri, obervasi, proses belajar, kepribadian, konsep diri, gaya hidup, budaya, kelas sosial, dan referensi kelompok serta keluarga. Mahasiswa menjadikan

kelompok sebagai referensi sebagai usahanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi (R) antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku membolos remaja adalah sebesar 0,591 dengan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,349 dan F hitung sebesar 123,848 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , hal itu menunjukkan bahwa variabel konformitas teman sebaya memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel perilaku membolos sebesar 34,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor yang lainnya. Semakin tinggi pengaruh konformitas teman sebaya maka semakin tinggi pula perilaku membolos remaja SMKN 10 Semarang, sebaliknya semakin rendah pengaruh konformitas teman sebaya maka semakin rendah pula perilaku membolos remaja SMKN 10 Semarang. Konformitas teman sebaya berada dalam kategori sedang dengan aspek yang paling berkontribusi adalah aspek pengaruh normatif. Perilaku membolos berada dalam kategori rendah dengan sub variabel yang paling berkontribusi adalah aspek tidak masuk sekolah selama sehari penuh

Effendi (2016). Manajemen Waktu Belajar Mahasiswa Keperawatan Dalam Melaksanakan Metode Problem Based Learning (PBL) di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta [skripsi]. Jakarta (ID). Program Studi Ilmu Keperawatan Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara empirik hubungan antara konformitas dengan kepercayaan diri pada remaja komunitas korea (penelitian pada komunitas kpopers Pekanbaru). Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 133 remaja yang berasal dari komunitas Korea Kpopers Pekanbaru. Data

diperoleh dan dianalisis menggunakan teknik analisis product moment by Pearson dengan menggunakan SPSS 17,00. Hasil analisis data menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0.222 ( $r=0.222$ ) dengan taraf signifikansi ( $p$ ) 0.010 ( $p \leq 0.01$ ). Hasil tersebut membuktikan bahwa ada hubungan konformitas dengan kepercayaan diri pada remaja komunitas korea. Nilai adjusted R square atau nilai kontribusi dalam penelitian ini sebesar 4,9 % menunjukkan kontribusi kepercayaan diri terhadap konformitas remaja Komunitas Korea.

Harlina, Anisa P. 2013. Mengembangkan Kemampuan Manajemen Waktu Melalui Layanan Penguasaan Konten Dengan Teknik Kontrak Perilaku Pada Siswa Kelas VIII B SMP N 21 Semarang Tahun Ajaran 2013/2014. Skripsi (tidak diterbitkan). Universitas Negeri Semarang.

Hartaji, Damar A. 2012. Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma. (tidak diterbitkan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi ( $R$ ) antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku membolos remaja adalah sebesar 0,591 dengan koefisien determinasi ( $R$  Square) sebesar 0,349 dan  $F$  hitung sebesar 123,848 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , hal itu menunjukkan bahwa variabel konformitas teman sebaya memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel perilaku membolos sebesar 34,9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor yang lainnya. Semakin tinggi pengaruh konformitas teman sebaya maka semakin tinggi pula perilaku membolos remaja Motivasi berprestasi pada mahasiswa berkuliah dengan jurusan pilihan orang tua universitas guna darma, sebaliknya semakin rendah pengaruh konformitas teman

sebaya maka semakin rendah pula perilaku membolos remaja SMKN 10 Semarang. Konformitas teman sebaya berada dalam kategori sedang dengan aspek yang paling berkontribusi adalah aspek pengaruh normatif. Perilaku membolos berada dalam kategori rendah dengan sub variabel yang paling berkontribusi adalah aspek tidak masuk sekolah selama sehari penuh

Azahra, Jehan S. 2018. Hubungan Antara Stres Akademik dengan Coping Stress pada Mahasiswa yang Sedang Mengerjakan Skripsi di Fakultas Pendidikan Psikologi. Fakultas Psikologi Universitas Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas terhadap teman sebaya dengan kecenderungan kenakalan pada remaja. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif antara konformitas terhadap teman sebaya dengan kecenderungan kenakalan pada remaja. Semakin tinggi konformitas terhadap teman sebaya maka akan diikuti oleh tingginya kecenderungan kenakalan pada remaja, demikian pula demikian pula semakin rendah konformitas terhadap teman sebaya, maka semakin rendah pula kecenderungan kenakalan pada remaja. Subyek penelitian ini adalah remaja sekolah menengah atas sebanyak 90 orang remaja, dengan usia 15-18 tahun. Alat pengumpul data menggunakan skala yaitu skala konformitas terhadap teman sebaya dan skala kecenderungan kenakalan pada remaja. Hasil analisis dengan korelasi product moment diperoleh  $r_{xy}$  sebesar 0,666 ( $p < 0,01$ ). Hal ini menunjukkan hubungan positif yang sangat signifikan antara konformitas terhadap teman sebaya dengan kecenderungan kenakalan pada remaja, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima. Koefisien determinasi ( $r^2$ ) yang

diperoleh = 0,444, artinya konformitas terhadap teman sebaya dalam penelitian ini mampu memberikan sumbangan sebesar 44,4% terhadap kecenderungan kenakalan pada remaja. Hal ini sekaligus menegaskan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 55,6%.

*Nudging green food: The effects of a hedonic cue, menu position, a warm-glow cue, and a descriptive norm (2018)* A growing number of neuroscientific studies suggest that conformity recruits neural signals that are similar to those involved in reinforcement learning (Klucharev et al., 2018; Campbell-Meiklejohn et al., 2018; Kim et al., 2018; Shestakova et al., 2018). For example, in the study by Klucharev et al. (2018), participants were asked to rate female faces and then saw the purported aggregate judgments of other raters. Upon seeing those faces a second time, participants' ratings were shown to shift in the direction of the group judgments. Neuroimaging results demonstrated that when individual ratings differed from those of the group, activity in the rostral cingulate zone, an area in the medial prefrontal cortex and involved in the processing of conflict (Ridderinkhof et al., 2018), increased, while activity in the nucleus accumbens, an area associated with the expectation of reward (Knutson et al., 2005), decreased. Interestingly, the amplitude of these signals predicted conformity, such that when this incongruence was large (although exactly what magnitude this discrepancy should be to trigger conformity is still undetermined), people then adjusted their behavior and aligned their opinion with that of the group (Klucharev et al., 2009). Similar neural discrepancy signals reflecting the deviation of one's own assessment and a salient

*external opinion have been reported by other studies as well (Campbell-Meiklejohn et al., 2010; Deuker et al., 2013; Izuma and Adolphs, 2013; Lohrenz et al., 2013).*

Tommy Reinholdsson, Martin Hedesström, Emma Ejelöv, André Hansla, Magnus Bergquist, Åsa Svenfelt, Andreas Nilsson (2016) *In addition to identifying more precisely the neural mechanisms of conformity, neuroscience can help to adjudicate between competing psychological theories that make similar behavioral predictions with regard to the reason why people conform. For instance, one of the first neuroimaging studies on social influence aimed to ascertain whether conformity is a function of an explicit decision to match the choices of others, or whether the presence of others actually changes individuals' true perception or attentional focus (Berns et al., 2005). By using fMRI and a mental rotation task, the authors examined the neural correlates of conformity in the face of incorrect peer feedback regarding the degree of rotation of an abstract figure. Conforming to incorrect feedback altered activity within visual cortical and parietal regions that were involved in performance of the mental rotation task itself. Based on the involvement of these regions in perception and based on the absence of activity in frontal decision-making regions the authors concluded that behavioral change in this study was due to a modification of low-level perceptual processes as opposed to a decision to conform taken at an executive level. Though caution is warranted when using these types of reverse inference techniques to establish knowledge of precise cognitive processes (Poldrack, 2006), additional support for the hypothesis that social conformity can*

*affect basic cognitive processing comes from electroencephalography (EEG) work showing that deviation from the norm of a peer group can impact early visual brain signals (Trautmann-Lengsfeld and Herrmann, 2013, 2014).*

*Acceptance of climate change policy measures: role framing and value guidance. (2016) A third way by which neuroscience research may contribute to a better understanding of social influence is in its ability to use brain data to directly predict behavior. For example, the strength of the discrepancy signal in response to a conflict between one's own judgment and that of a group not only predicted subsequent conformity, but activity within the striatum also correlated with individual differences, with participants who adjusted their opinion in response to group disagreement showing lower activations in this area than participants who did not adjust their views (Klucharev et al., 2009). Individual differences in the tendency to align one's behavior with the group have also been associated with functional and structural differences in the orbitofrontal cortex (Campbell-Meiklejohn et al., 2012a; Charpentier et al., 2014). Additionally, these tendencies can be modulated by administration of oxytocin (Stallen et al., 2012), a hormone involved in a wide range of social behaviors, as well as methylphenidate, an indirect dopamine and noradrenalin agonist (Campbell-Meiklejohn et al., 2012b).*

*Personal and social factors that influence pro-environmental concern and behaviour: A review. (2019) We suggest that one specific promising future direction for neuroscience to contribute to the understanding of social influence is to further investigate the emotions that drive behavioral adjustments due to*

conformity. For instance, people may align their preferences with others because they affiliate and thereby feel a need to belong to a group (Tafarodi et al., 2002; Cialdini and Goldstein, 2004). However, negative emotions, such as the fear of social exclusion or a sense of shame or guilt in having differing opinions, could also be drivers of conformity (Janes and Olson, 2019); Berns et al., 2019); Yu and Sun, 2019). Combining neuroscientific methodologies with clever behavioral paradigms can provide substantially greater insight into the specific emotions that underlie conformity in a given context, as accumulating evidence suggests that neuroimaging data can support inferences about affective states (Knutson et al., 2019). The use of innovative methods, including multivariate brain imaging techniques, can be expected to improve the mapping of brain activity onto both affective experience and behavior in the near future (Formisano and Kriegeskorte, 2019).

*The DOs and DON'Ts in social norms: A descriptive don't-norm increases conformity (2011). Though in its relative infancy in terms of a substantive body of experimental research, neuroscience, and in particular functional neuroimaging, has a great deal to offer the study of social influence. Knowledge of the neural mechanisms underlying conformity can be used to constrain existing psychological theories, as well as to construct novel ones, and can help in understanding what precise cognitive processes are engaged. To achieve this, a productive next step is to better understand how to interpret brain activity. For instance, does the discrepancy signal in the medial frontal cortex in response to a conflict between one's own opinion and that of a group reflect the process of*

*cognitive reappraisal and subsequent attitude adjustment, or rather does it indicate an increase in negative affect which in turn can motivate behavioral change? Other interpretations are also possible, for example theories that medial frontal activity reflects recruitment of theory of mind processes (Gallagher and Frith, 2011), the experience of conflict (Pochon et al., 2011; Klucharev et al., 2011), or, more generally, a violation of expectations (Chang and Sanfey, 2011). Of course, brain areas are typically not selectively engaged in a single psychological process but rather are implicated in multiple computations, and therefore the interpretation of brain activity based solely on the findings from the research outlined here is challenging. Naturally, the increasing number of studies in this area will help in delineating the precise processes involved, and converging methodological approaches also have promise in this regard. For example, additional data from independent localizer tasks within the same participants can be helpful in determining the psychological process in which a brain area is engaged (Zaki et al., 2011; Izuma and Adolphs, 2013), and the use of meta-analyses, functional connectivity approaches assessing neural network computations, and large-scale databases can also help reduce the potential pool of hypotheses (Poldrack, 2011). One useful online meta-analysis database is the platform Neurosynth, which allows for large-scale automated meta-analyses of functional magnetic resonance imaging (fMRI) data (Yarkoni et al., 2011). ON'Ts in social norms:*