BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Mahasiswi yang memiliki *fashion* yang baik serta menggunakan *make up* untuk datang ke kampus memiliki citra tersendiri bagi orang yang melihatnya. Tidak hanya *fashion* yang baik tetapi sebagai mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha berpengaruh untuk menunjang penampilannya agar terlihat rapih dan tetap modis, tidak hanya itu pakaian yang dipakai sangat mendukung dalam pembentukan citra pada diri pemakai. Secara tidak sadar, pembentukan citra diri dibentuk oleh pakaian yang dipakai sehari hari. Manusia sangat perlu untuk membentuk citra untuk dirinya sendiri dengan tujuan memberi kesan pada lingkungan sosialnya.

Dalam bidang *Public Relations* peran *fashion* sangat mendukung pembentukan citra yang ingin disampaikan oleh pemakai. Tidak heran pemilihan cara berpakaian menjadi suatu hal yang sangat penting. Pembentukan akan citra diri secara sadar dan tidak sadar dibentuk melalui cara berpakaian sehari-hari. Manusia sangat perlu membentuk citra untuk dirinya sendiri dengan tujuan memberi kesan terhadap lingkungan sosialnya. Pemberian kesan ini akan berpengaruh terhadap kegiatan mereka dan bentuk sosialisasinya di lingkungannya. *Fashion* dan *make up* pun tidak hanya membantu bagi mereka yang nantinya akan bekerja menjadi *Public Relations Officer*, tetapi juga kepada

repository.unisba.ac.id

semua orang dan semua pekerjaan. Karena masyarakat perlu menilai dan mempercayai diri kita tentang siapa diri kita sebenarnya.

Setiap orang punya persepsi mengenai penampilan fisik seseorang, baik itu busananya (model, kualitas bahan, warna) dan juga ornamen lain yang dipakainya seperti, kaca mata, sepatu, tas, jam tangan, kalung, gelang, cincin, anting-anting, dan sebagainya. Seringkali orang memberi makna tertentu pada karakter fisik orang yang bersangkutan, seperti bentuk tubuh, warna kulit, model rambut dan sebagainya.

Mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha yang saya amati terbagi menjadi beberapa tipe di dalam penggunaan artifaktualnya. Adapun mahasiswa hanya mengenakan kaos atau kemeja dengan sepatu kets atau *flatshoes* yang ingin terlihat lebih rapi dan *casual,* Mahasiswi yang berpakaian biasa saja pergi ke kampus dengan menggunakan celana jeans, kaos oblong, sepatu kets, dandanan biasa cenderung ingin memperkenalkan diri mereka sebagai pribadi yang santai, kasual dan tidak neko-neko. Sedangkan mahasiswi yang berpakaian terlalu rapi, memadupadankan warna pakaian dengan tas, sepatu dan aksesoris mereka yang sesuai dengan *trend* yang ada cenderung ingin menampilkan citra diri mereka sebagai pribadi *stylist* dan tidak ketinggalan jaman, adapun mahasiswa yang memakai rok pendek ataupun bahan baju tipis sedikit menerawang dan adapun bagi mahasiswa yang memakai kemeja atau kaos dengan *sneakers* tetap ingin terlihat rapi dan macam-macam cara berpakaian lainnya, hal ini menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti. Dengan cara berpakaian mereka

repository.unisba.ac.id

yang seperti itu, bahwa aktivitas komunikasi sudah dilihat khususnya dalam komunikasi verbal.

Perkembangan *fashion* dan *make up* pun dirasakan oleh mahasiswa manajemen Universitas Kristen Maranatha, perkembangan yang begitu cepat membuat mereka tidak ketinggalan untuk terus meng *up date fashion* dan *make up*. Hal ini menyebabkan gaya berpakaian mereka yang terbilang modis untuk pergi ke kampus ataupun pergi main bersama teman-teman. Tidak sedikit para mahasiswa datang ke kampus memakai pakaian masa kini. Dimulai dari pakaian atau baju dilihat dari warna, bahan dan modelnya, tas, sepatu dan aksesoris lainnya yang memang sangat diperhatikan betul setiap detailnya.

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Dengan komunikasi memudahkan kita dalam berinteraksi dengan orang lain. Komunikasi merupakan proses suatu pesan yang disampaikan seseorang kepada orang lain, yang akan menimbulkan satu pesan atau ide yang nantinya menimbulkan adanya interaksi antarmanusia. Dengan adanya interaksi tersebut, maka komunikasi yang berlangsung terjadi satu arah ataupun dua arah.

Ketika kita berkomunikasi dengan orang lain, tidak lepas dari komunikasi nonverbalnya yang diperlihatkan oleh lawan bicara. Pesan yang disampaikan oleh bahasa nonverbal justru mengandung makna yang sebenarnya itu karena bahasa tubuh tidak dapat terhindar. Secara tidak sadar gerak-gering seseorang telah mengkomunikasikan dirinya sendiri kepada orang lain. Bahkan pada saat kita diam sekalipun, sebenarnya kita sudah melakukan aktifitas komunikasi. Tidak

repository.unisba.ac.id

hanya gerak-gerik saja yang dapat dikomunikasikan, ekspresi wajah, nada suara, gaya rambut, serta pakaian sekalipun juga mengkomunikasikan sesuatu.

Dalam arti sesungguhnya komunikasi nonverbal merupakan komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap (lisan) dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan secara jelas. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling berkaitan satu dengan yang lainnya serta saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari. Bila selama ini kita beranggapan bahwa komunikasi verbal adalah komunikasi yang paling efektif di dalam menyampaikan sebuah pesan antara komunikator dengan komunikan, ternyata anggapan tersebut kurang tepat. Hal tersebut disebabkan oleh karakteristik dari komunikasi nonverbal sendiri yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan kepada target pembicara. Keefektifan penyampaian pesan dari komunikasi nonverbal ini melebihi keefektifan yang ditimbulkan oleh komunikasi verbal yang sering kita lakukan.

Pakaian dipandang memiliki suatu fungsi komunikatif. Busana, pakaian, kostum dan dandanan adalah bentuk komunikasi artifaktual.

> Komunikasi artifaktual biasanya didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui pakaian dan penataan artefak, misalnya pakaian, dandanan, barang, perhiasan, kancing baju, atau furnitur d irumah anda dan penataan ataupun dekorasi ruang anda. Karena *fashion*, pakaian atau busana menyampaikan pesan-pesan nonverbal, ia termasuk Komunikasi artifaktual (Subandy, 2007:242).

Pakaian di samping berfungsi sebagai pelindung, juga merupakan suatu bentuk komunikasi. Seperti yang dinyatakan oleh Adler dan Rodman,

repository.unisba.ac.id

> Pakaian dapat digunakan untuk menampilkan status ekonomi, pendidikan, status sosial, standar moral, kemampuan atletik/atau ketertarikan, sistem kepercayaan (politik, filosofi, agama) dan tingkat kepuasan. Kita juga dapat mengamati bagaimana pakaian menjadi tanda identifikasi kelompok. Apakah itu seragam, kostum tim sepak bola favorit, topi *baseball* yang dipakai dengan miring, pakaian dalam subkultur hip-hop, pakaian menyatakan pada orang lain sesuatu hal mengenai identitas mereka (dalam Samovar, 2010:302).

Komponen penting dari penampilan adalah persepsi pandangan mengenai hal yang menarik dan indah. Jika dilihat, bahwa *fashion* sangat berpengaruh terhadap banyak hal, salah satunya yaitu *personality* atau kepribadian seseorang. Kepribadian adalah pola-pola pemikiran, perasaan, dan perilaku yang tertanam dalam-dalam dan relatif permanen. Kepribadian biasanya mengacu pada apa yang unik mengenai seseorang, karakteristik yang membedakan dia dengan orang lain. Kepribadian menyiratkan prediktabilitas tentang bagaimana seseorang akan bereaksi dalam keadaan yang berbeda-beda. Dengan begitu, seseorang akan memilih karakter apa atau apa yang ingin ia representasikan atas nama dirinya di hadapan orang lain. hal ini akan berpengaruh terhadap pemilihan cara berpakaian atau *make up* seseorang. Dari proses pemilihan tersebut seseorang akan hati-hati demi membentuk identitas diri individu dalam membentuk kepribadian individu tersebut. Seperti halnya kebanyak orang berpndapat bahwa *first impression* sangat berpengaruh terhadap orang yang baru ditemuinya. *First impression* tidak bisa dihindari karena akan terjadi penilaian-penilaian yang ada dalam diri kita di saat itu.

Tidak hanya *fashion*, tetapi sebagai pelengkap *make up* pun memegang peranan yang sangat penting. Sebagai kebutuhan penunjang, *make up* merupakan

repository.unisba.ac.id

sarana mengekspresikan diri bagi para kaum hawa. Tidak sedikitpun kaum hawa yang gemar memakai *make up* untuk kebutuhan maupun kecantikan mereka. Telah banyak berbagai jenis *make up* dan cara penggunaannya apalagi di jaman modern seperti ini wanita tidak akan bisa dilepas dari keberadaan *make up*. Pentingnya mengenakan *make up* pun dapat menjadi sarana pengenalan karakter terhadap diri sendiri.

Seperti yang dicontohkan, *fashion* dan *make up* dapat membedakan identitas diri seseorang dilihat dari bagaimana cara ia berpakaian. Kita dapat menilai bahwa seseorang yang berpakaian safari coklat yaitu seseorang yang memiliki profesi di sipil pemerintahan, adapaun orang yang berpakaian seragam dengan rompi berwarna hijau dengan berbagai atribut dipakainya, kita bisa menilai bahwa dia memiliki profesi seorang polisi. Hal itu dari apa yang dipakainya dan terjadi proses pemaknaan di dalam diri kita sehingga kita dapat menilai secara cepat mengenai identitas seseorang. Pada dasarnya, pakaian merupakan indikator yang tepat dalam menyatakan kepribadian dan gaya hidup seseorang yang mengenakan pakaian tertentu. Efek-efek simbolik yang ditimbulkan oleh pakaian ketika seseorang melakukan interaksi antarmanusia.

Dalam segi budayapun, *fashion* menjadi salah satu penentu berkembangnya budaya. *Fashion* adalah sebuah fenomena komunikatif dan kultural yang digunakan oleh suatu kelompok untuk mengkonstruksi dan mengkomunikasikan identitasnya, karena *fashion* mempunyai cara nonverbal untuk memproduksi dan mempertukarkan makna dan nilai-nilai. *Fashion* sebagai aspek komunikatif dan fungsional tidak hanya sekedar sebagai sebuah karya seni

repository.unisba.ac.id

akan tetapi *fashion* juga digunakan sebagai simbol untuk membaca status seseorang dan budaya yang dibawa.

Perilaku kita sering mengkomunikasikan siapa atau bagaimana kita (Stewart & Sylvia : 1996) tidak hanya itu saja, ternyata benda-benda yang kita gunakan juga dapat mengkomunikasikan siapa dan bagaimana kita. Tidak terlepas dari hal tersebut, benda-benda maupun perilaku kita dalam berkomunikasi sedikit banyaknya dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya dan kebudayaan di sekitar kita. Dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Deddy Mulyana mengatakan, "tanpa memperhatikan sungguh-sungguh bagaimana budaya mempengaruhi komunikasi, termasuk komunikasi nonverbal dan pemaknaan terhadap pesan nonverbal tersebut, kita bisa gagal berkomunikasi dengan orang lain". Komunikasi nonverbal, komunikasi tanpa kata, komunikasi yang menggunakan tanda-tanda dan atau isyarat sebagai bentuk pesan, termasuk di dalamnya komunikasi artifaktual.

Komunikasi yang efektif terjadi apabila individu mencapai pemahaman bersama. Merangsang pihak lain melakukan tindakan, dan mendorong orang untuk berpikir dengan cara baru. Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif akan menambah produktifitas yaitu hasil dan nilai, baik individu yang bersangkutan maupun organisasinya, sehingga dapat mengantisipasi masalah, membuat keputusan secara efektif, mengkoordinasi arus kerja serta mensupervisi orang lain. Kemampuan berkomunikasi secara efektif pada dasarnya akan menentukan keberhasilan seseorang, di manapun ia berada bukan hanya dalam dunia organisasi saja.

repository.unisba.ac.id

Informasi yang benar, lengkap dan akurat menjadi unsur utama untuk menghasilkan komunikasi yang efektif. Persepsi yang akurat menghasilkan komunikasi yang efektif. Citra juga dibangun oleh informasi. Persepsi, komunikasi dan informasi merupakan unsur-unsur penting dalam membangun citra.

Dalam kajian komunikasi pola *fashion* bisa jadi merupakan komunikasi nonverbal dalam fungsinya sebagai ekspresi komunikasi. Artinya ada sebuah pesan yang disampaikan oleh seseorang di hadapan orang yang melihatnya. Setiap individu pasti berbeda dalam pemilihan busana dan *make up* hal ini dikarenakan kepribadian atau *personality* individu memiliki perbedaan dari sifat atau tingkah laku seseorang. Perbedaan ini yang melahirkan keberagaman individu satu dengan individu lainnya. Kesadaran akan pemakaian *fashion* dan *make up* dipengaruhi oleh lingkungan. Bagaimana lingkungan membentuk individu tersebut, bagaimana individu tersebut ingin menempatkan diri di lingkungan sosial yang berada di sekelilingnya dan bagaimana pula proses interaksi sosial yang berlangsung di lingkungan sekitar individu tersebut.

Bentuk penampilan yang ditonjolkan oleh mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha ini, sangat menarik untuk diteliti. Penelitian mengenai komunikasi artifaktual ini pun terbilang jarang dilakukan dikalangan mahasiswa Unisba. Untuk itu sebagai peneliti, saya tertarik untuk meneliti bagaimana bagian komunikasi artifaktual melalui pakaian ini dapat membentuk citra diri mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

repository.unisba.ac.id

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis kemukakan di atas, maka dapat penulis kemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

"Bagaimana Pakaian sebagai Komunikasi Artifaktual terhadap Pencitraan Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha"

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana mahasiswa Manajemen Universitas Maranatha mempertimbangkan identitas sosial dalam mengelola cara berpakaian dan pemakaian *make up*?
2. Bagaimana mahasiswa Manajemen Universitas Maranatha mengambil keputusan dalam mengelola cara berpakaian dan pemakaian *make up* dalam membangun citra diri saat berinteraksi di lingkungan sekitar?
3. Bagaimana arti simbol dalam cara berpakaian di lingkungan terdekat sebagai citra diri mahasiswa Manajemen Universitas Maranatha?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui identitas sosial sebagai pertimbangan cara berpakaian dan pemakaian *make up* mahasiswa Universitas Kristen Maranatha.
2. Untuk mengetahui suatu keputusan berpakaian dan *make up* untuk membangun citra diri dalam berinteraksi di lingkungan sekitar pada mahasiswa Universitas Kristen Maranatha.

repository.unisba.ac.id

3. Untuk mengetahui arti simbol dalam berpakaian di lingkungan terdekat sebagai mahasiswa Universitas Kristen Maranatha.

1.5 Setting Penelitian

Dalam penulisan penelitian ini, peneliti membatasi pembahasan penelitian agar tidak terlalu luas dan terarah seperti yang diharapkan. Berikut ini batasan-batasan dalam penelitian:

1. Yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa manajemen Universitas Kristen Maranatha tentunya memiliki cara berpakaian yang berbeda-beda.
2. Fokus dalam penelitian ini adalah komunikasi artifaktual terhadap cara berpakaian mahasiswa manajemen Universitas Kristen Maranatha.
3. Berpakaian dan cara merias diri mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha
4. Responden yang diteliti adalah beberapa mahasiswa Manajemen Universitas Kristen Maranatha yang memiliki cara berpakaian yang baik.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya kajian-kajian komunikasi yang menyangkut komunikasi nonverbal, terutama menyangkut komunikasi artifaktual dalam penampilan. Serta dapat menambah khasanah kajian komunikasi dan dapat memberikan data dan informasi mengenai citra diri di dalam penampilan.

repository.unisba.ac.id

1.6.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat memberikan data yang lebih kaya mengenai pengaruh penampilan terhadap citra diri seseorang dengan memperoleh data yang subjektif yang terinci. Serta untuk memberikan kajian-kajian informasi mengenai pentingnya *personal image* kepada seorang *public relations* dalam berpenampilan.

1.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini bukanlah untuk menguji teori, melainkan untuk dijadikan panduan atau landasan agar penelitian ini dapat lebih terarah dan fokusnya pada masalah yang akan diteliti, yaitu pakaian sebagai komunikasi artifaktual (studi interaksi simbolik tentang pencitraan dalam penampilan melalui pakaian di Universitas Kristen Maranatha). Di sini peneliti menggunakan teori interaksi simbolik yang dikemukakan oleh *Herbert Blumer*. "Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia. Yakni, komunikasi atau petukaran simbol yang diberi makna" (Mulyana, 2003:68).

Dalam pandangan interaksi simbolik sebagaimana yang ditegaskan Blumer, proses sosial dalam kehidupan kelompoklah yang menciptakan dan menegakkan aturan-aturan, bukan aturan yang menciptakan dan menegakkan kehidupan berkelompok. Dalam konteks ini interaksi simbolik melihat masyarakat sebagai proses interaksi simbolik.

Blumer mengatakan bahwa ada tiga premis utama teori interaksi simbolik, yaitu:

repository.unisba.ac.id

1. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka.
2. Mana itu diperoleh dari interaksi sosial yang dilakukan dengan orang lain.
3. Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial sedang berlangsung (Soeprapto, 2002: 120-121).

Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, objek, dan bahkan diri mereka sendirilah yang menentukan perilaku mereka.

Interaksi simbolik berarti mencari makna dari simbol-simbol yang dilahirkan manusia disetiap perilaku atau tindakan mereka yang berasal dari interaksi sosial kepada objek-objek di sekeliling mereka. Karena interaksi sosial yang mereka bangun dengan lingkungan sosial secara sadar maupun tidak sadar dan bahkan langsung maupun tidak langsung membentuk serta memperngaruhi tindakan manusia, sehingga dari proses interaksi sosial tersebut akan terjadi pengambilan keputusan atas simbol apa yang akan mereka ambil atau mereka gunakan untuk membentuk diri mereka. Pada dasarnya mereka membentuk diri mereka dari ekspektasi penilaian interaksi sosialnya.

> Kata Blumer (1953), orang menimbang perbuatan masing-masing orang secara timbal balik dan hal ini tidak hanya merangkaikan perbuatan orang yang satu dengan perbuatan orang yang lain, melainkan menganyam perbuatan-perbuatan mereka menjadi apa yang barangkali boleh disebut suatu transaksi, dalam arti bahwa perbuatan-perbuatan yang diasalkan dari masing-masing pihak diserasikan, sehingga membentuk suatu aksi bersama yang menjembatani mereka (Verger dalam Sobur, 2003:195)

repository.unisba.ac.id

Perilaku manusia yang terpengaruh dari proses interaksi sosial tersebut akan melahirkan suatu simbol. Simbol tersebut memberikan makna yang tidak hanya untuk mereka yang menginterpretasikan segala bentuk tingkah laku atau perbuatan yang ingin disampaikan kepada lingkungan sosialnya, tetapi juga makna ini akan diterima oleh lingkungan sosialnya, sehingga membentuk identitas. Identitas sosial ini akan terbentuk bagaimana seseorang tersebut berperilaku di interaksi sosial.

Dalam karangannya, "*Sociological Implications of the Thought of George Herbert Mead*" (American Journal of Sociology, 71, 1966: 535-544) dan kemudian dalam bukunya *Symbolic Interactionism: Perspective and Method* (1969), Blumer menyambung pada gagasan-gagasan Mead (Veeger, 1993: 224-228; lihat pula Littlejohn, 1996: 161).

> *Pertama, konsep diri*. Menurut Blummer, manusia bukan semata-mata organisme saja yang bergerak di bawah pengaruh perangsang-perangsang entah dari luar, entah dari dalam, melainkan organisme yang sadar akan dirinya. Berarti dalam hal ini, manusia merupakan organisme yang dapat mengendalikan dirinya sendiri tidak hanya berinteraksi dengan sesamanya tetapi manusia pun dapat berinteraksi dengan dirinya sendiri.
> *Kedua, konsep perbuatan (action)*. Dalam pandangan Blumer, karena perbuatan manusia dibentuk dalam dan melalui proses interaksi dengan diri sendiri, makan perbuatan itu berlainan sama sekali dari gerak makhluk-makhluk yang bukan manusia. Manusia menghadapkan diri dengan berbagai macam tuntutan kebutuhan untuk dirinya sendiri seperti, kebutuhan perasaan, perbuatan orang lain, pengharapan dan tuntutan orang lain, aturan-aturan masyarakatnya, situasinya, self *image*-nya, ingatannya dan cita-citanya untuk masa depan. Manusia pun berperan dalam merancangkan perbuatannya. Maka dari itu, manusia adalah konstruktor kelakuannya.
> *Ketiga, konsep objek*. Blumer memandang, manusia hidup di tengah objek-objek. Kata "objek" dimengerti dalam arti luas dan meliputi semua yang menjadi sasaran perhatian aktif manusia. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa objek merupakan hal-hal di sekitar manusia dan lingkungannya.

repository.unisba.ac.id

Keempat, konsep interaksi sosial. Interaksi, dalam pandangan Blumer, berarti bahwa para peserta masing-masing memindahkan diri mereka secara mental ke dalam posisi seseorang.
Kelima, konsep joint action. Pada konsep ini Blumer mengganti istilah *social act* dari *Mead* dengan istilah *joint action*. Artinya ialah aksi kolektif yang lahir di mana perbuatan-perbuatan masing-masing peserta dicocokkan dan diserasikan satu sama lain. Blumer (Littlejohn, 1996: 161) mencatat bahwa di dalam suatu masyarakat maju, porsi tersebar dari aksi kelompok mengandung pola-pola stabil yang terjadi berulang kali yang memiliki arti yang umum dan baku bagi para pesertanya.

Margaret M. Poloma (1984) mencatat, perspektif interaksionisme simbolik yang dikemukakan Blumer setidaknya mengandung beberapa ide dasar sebagai berikut:

1. Masyarakat terdiri dari manusia yang berinteraksi. Kegiatan tersebut saling bersesuaian melalui tindakan bersama, membentuk struktur sosial.
2. Interaksi terdiri dari berbagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan kegiatan manusia lain. Interaksi nonsimbolik mencakup stimulus respons, sedangkan interaksi simbolik mencakup penafsiran tindakan-tindakan.
3. Objek-objek tidak mempunyai makna yang intrinsik. Makna lebih merupakan produk interaksi simbolik. Objek-objek tersebut dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, (a) objek fisik; (b) objek sosial; dan (c) objek abstrak.
4. Manusia tidak hanya mengenal objek eskternal, mereka juga dapat melihat dirinya sebagai objek.
5. Tindakan manusia adalah tindakan interpretatif yang dibuat manusia itu sendiri.
6. Tindakan tersebut saling dikaitkan dan disesuaikan oleh anggota-anggota kelompok. Ini merupakan “tindakan bersama”. Sebagaian besar “tindakan bersama” tersebut dilakukan secara berulang-ulang, namun dalam kondisi yang stabil. Dan di saat lain ia bisa melahirkan suatu kebudayaan (Sobur, 2009: 199-200).

Dapat disimpulkan bahwa interaksi simbolik itu memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Manusia bertindak hanya berdasarkan definisi atau penafsiran mereka atas objek-objek di sekeliling mereka. Kehidupan sosial atau interaksi sosial membentuk perilaku manusia berdasarkan objek-objek di sekeliling mereka bahkan manusia itu sendiri pun dapat menjadi objek terhadap

repository.unisba.ac.id

dirinya sendiri. Manusia sebagai subjek di lingkungan sosialnya. Perilaku mereka terbentuk sesuai dengan interpretasi atas dirinya sendiri dan juga objek di sekeliling yang membentuknya.

Manusia dapat mengkategorikan dirinya sendiri untuk berinteraksi dalam kelompok yang dia inginkan. Biasanya, hal ini pun akan membentuk identitas sosial yang ingin mereka sampaikan dan objek sosial pun juga dapat menilai identitas yang sudah tercipta tersebut. Identitas maupun status sosial mempengaruhi pembentukan karakter maupun citra terhadap manusia tersebut. Seperti yang dijelaskan pada halaman sebelumnya, interaksi simbolik akan memahami perilaku manusia yang telah dibentuk dari lingkungan sosialnya untuk membentuk identitas atau statusnya di masyarakat. Biasanya pula mereka terpengaruh dengan keadaan di lingkungan sosialnya. Manusia memiliki kebutuhan untuk membentuk citra dirinya di mata objek, objek ini yang dimaksud adalah lingkungan sosialnya.

Dalam membentuk citranya, manusia memiliki berbagai cara dalam berinteraksi, tidak hanya interaksi yang dilakukan dalam komunikasi dua arah terhadap objek, tetapi pesan dari komunikasi artifaktual pun ternyata berpengaruh besar.

> Komunikasi artifaktual merupakan salah satu jenis pesan dari komunikasi nonverbal, komunikasi artifaktual didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung melalui busana dan penataaan berbagai artefak, misalnya; busana, dandanan, perhiasan, kancing baju, sepatu dan lain-lain (Duncan dalam Rakhmat, 1985).

> *Appearance communicates meaning*, begitu kata Leathers (1976). Penampilan mengkomunikasikan makna. Komunikasi lewat penampilan atau biasa disebut komunikasi artifaktual berbeda dengan komunikasi

repository.unisba.ac.id

> kinesik atau proksemik, meski kadang saling berhubungan (dalam Sihabudin, 2013: 99).

Petunjuk artifaktual meliputi segala macam penampilan (*appearance*) sejak potongan tubuh, kosmetik yang dipakai, baju, tas, pangkat, *badge*, dan atribut-atribut lainnya. Lewat penampilan, manusia sebagai subjek dapat mengkomunikasikan jati dirinya dan status sosialnya. Dalam mengkomunikasikan siapa dia sebenarnya pun ada beberapa proses yang harus dilalui olehnya yaitu proses pengambilan keputusan. Interaksi sosialnya terhadap lingkungan membuat manusia menyeleksi dan mendata di dalam dirinya sendiri untuk memilih komunikasi apa yang ingin dibentuk. Proses pengambilan keputusan ini pun berlangsung di dalam dirinya. Dalam interaksi simbolik pun sudah dijelaskan bahwa manusia memiliki makna dan bahkan dapat berkomunikasi dengan dirinya sendiri sehingga manusia dapat menjadi objek. Pengambilan keputusan ini berlangsung ketika manusia sudah dan akan membentuk identitas atau status sosial seperti apa yang ingin ia sampaikan.

Dari proses tersebut terjadilah pemaknaan simbol. Simbol-simbol ini yaitu berupa cara berbusana mereka di keseharian dan juga ketika berada di lingkungannya. Tata cara berbusana mereka pun mengirim pesan dari apa yang ingin mereka sampaikan, siapa mereka, apa pekerjaan mereka, seperti apa kondisi lingkungan mereka, dan bentuk indentitas apa yang ingin mereka sampaikan. Simbol-simbol ini yang mereka bentuk agar objek sosial mereka dapat menerima sinyal yang mereka sampaikan.

repository.unisba.ac.id

Dalam interaksi tentunya manusia tidak dapat menghindari untuk mengungkapkan dirinyapada orang lain. Mereka mencoba untuk membatasi apa yang diungkapkan, tapi tetaplah akan bercerita sedikit tentang dirinya, bahkan walaupun mereka meyakini bahwa tak akan membohongi orang tentang siapa sesungguhnya dirinya, dalam kenyataannya tetap berusaha membentuk atau mengelola kesan.

Menurut Goffman dalam bukunya yang paling berpengaruh, *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959), individu tidak sekedar mengambil peran orang lain, melainkan bergantung kepada orang lain untuk mengungkapkan citra diri tersebut. Dalam proses presentasi diri biasanya individu akan melakukan pengelolaan kesan (*impression management*). Pada saat ini, individu melakukan suatu proses di mana dia akan menseleksi dan mengontrol perilaku mereka sesuai dengan situasi di mana perilaku itu dihadirkan serta memproyeksikan pada orang lain suatu *image* yang diinginkannya. Manusia melakukan hal tersebut, karena ingin orang lain menyukainya, ingin mempengaruhi mereka, ingin memperbaiki posisi, memelihara stasus dan sebagainya.

Menurut Goffman, diri adalah "suatu hasil kerjasama" (*collaborative manufacture*) yang harus diproduksi baru dalam setiap peristiwa interaksi sosial. Menurut interaksi simbolik, manusia belajar memainkan berbagai peran dan mengasumsikan identitas yang relevan dengan peran-peran ini, terlibat dalam kegiatan yang menunjukkan kepada satu sama lainnya siapa dan apa mereka. Dalam konteks demikian, mereka menandai satu sama lain dan situasi-situasi yang mereka masuki, dan perilaku-perilaku berlangsung dalam konteks identitas

repository.unisba.ac.id

sosial, makna dan definisi situasi. Presentasi-diri seperti yang ditunjukan Goffman, bertujuan memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor, dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Ia menyebut upaya itu sebagai "pengelolaan pesan" (*impression management*), yaitu teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu, sehingga dari segala macam proses tersebut terbentuklah kesan yang akan diperoleh objek yang dinamakan citra. Citra diri seseorang dianggap berhasil jika ia dapat mengkomunikasikan *self image* positif yang ada di dalam diri mereka.

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. "Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan" (Danasaputra, 1995: 34-35).

Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra diri seseorang. Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu. Citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi-kognisi-motivasi-sikap.

repository.unisba.ac.id

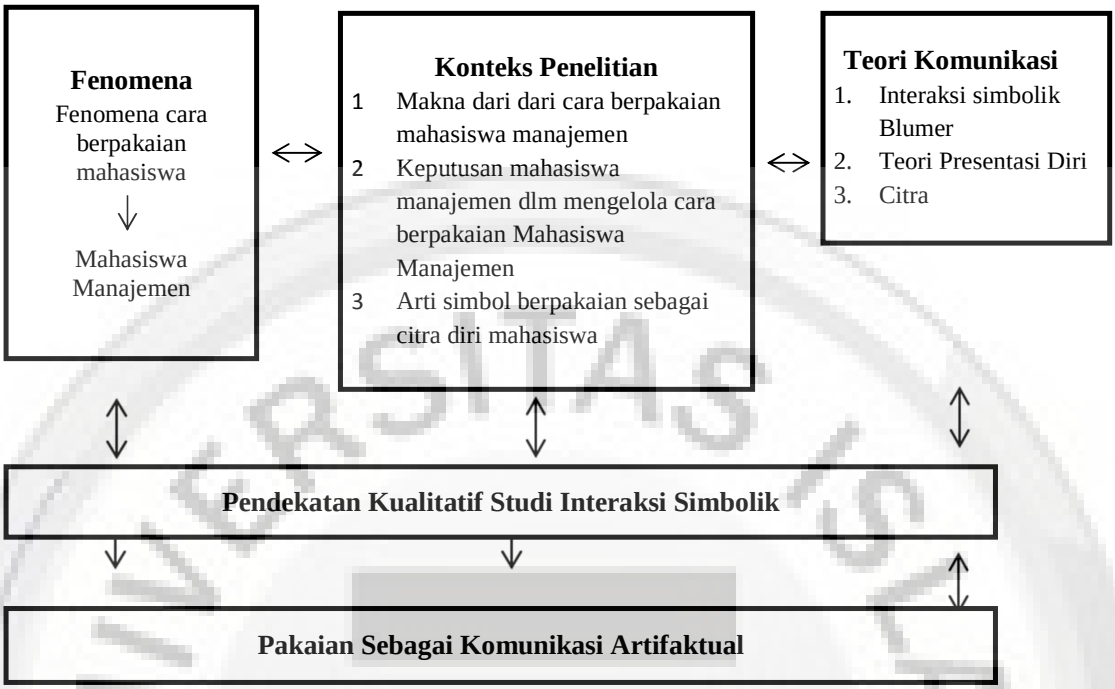
> Proses-proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu diartikan sebagai *mental representation* (citra) dari *stimulus* (Nimpoeno, dalam Danasaputra, 1995:36).

Citra menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi *respons*. *Respons-respons* tersebut yang akan membentuk suatu citra positif jika *stimulus* yang diberikan pula positif.

> Citra dapat diartikan: (a) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (b) gambar yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; (c) kesan mental atau tayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi (Ardianto, 2011:98).

Citra mencerminkan pemikiran, emosi, dan persepsi individu atas apa yang mereka ketahui. Dalam artian, citra mewakili kesan terhadap individu yang ingin menyampaikan dirinya

repository.unisba.ac.id



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

repository.unisba.ac.id