

**PENAMPILAN SEBAGAI KOMUNIKASI NON-
VERBAL PEREMPUAN DALAM DUNIA PEKERJAAN**

SKRIPSI

Disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi S.I.Kom



Disusun oleh:

Alif Nanda Ayu

NIM. 6662142526

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA**

2019

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya sebagai penulis Tugas Skripsi berikut:

Judul : **KONSTRUKSI PERFORMA PEREMPUAN
DALAM DUNIA PEKERJAAN**

Nama Mahasiswa : Alif Nanda Ayu

NIM : 6662142526

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas skripsi tersebut di atas adalah benar-benar hasil karya asli saya dan tidak memuat hasil karya orang lain, kecuali dinyatakan melalui rujukan yang benar dan dapat dipertanggung jawabkan. Apabila dikemudian hari ditemukan hal-hal yang menunjukkan bahwa sebagian atau seluruh karya ini bukan karya saya, maka saya bersedia dituntut melalui hukum yang berlaku. Saya juga bersedia menanggung segala akibat yang timbul dari pernyataan yang secara sadar dan sengaja saya nyatakan melalui lembar ini.

Serang, 25 Januari 2019



ALIF NANDA AYU

NIM. 6662142526

LEMBAR PENGESAHAN

Dengan ini ditetapkan bahwa Tugas Skripsi berikut

Judul : PENAMPILAN SEBAGAI KOMUNIKASI NON-
VERBAL PEREMPUAN DALAM DUNIA
PEKERJAAN
Nama Mahasiswa : Alif Nanda Ayu
NIM : 6662142526
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah diuji dan dipertahankan pada tanggal 22 Januari 2019 melalui Sidang Tugas Skripsi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan dinyatakan LULUS.

25 Januari 2019
Pembimbing I

Uliviana Restu H., S.Sos., M.I.Kom
NIP. 198107172006042003

25 Januari 2019
Pembimbing II

Andin Nesia, S.IK., M.I.Kom
NIP. 198206062006042001

25 Januari 2019
Penguji I

Dr. Naniek Afrilla F., S.Sos., M.Si
NIP. 197704032003122001

25 Januari 2019
Penguji II

Iman Mukhroman, S.Sos., M.Si
NIP. 197802022002121002

Mengetahui

25 Januari 2019
Dekan FISIP
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Dr. Agus Sjaafari, S.Sos., M.Si
NIP. 197180242005011002

25 Januari 2019
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dr. Rahmi Winangsih, M.Si
NIP. 196810192005012001

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“Penampilan Sebagai Komunikasi Non-Verbal Perempuan Dalam Dunia Pekerjaan”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana strata (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Hubungan Masyarakat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Adapun segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Cukup banyak kesulitan yang penulis temui dalam penulisan skripsi ini, Alhamdulillah dapat penulis atasi dan selesaikan dengan baik. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Serang, 25 Januari 2019

Penulis

Alif Nanda Ayu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Identifikasi Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis.....	8
2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Pengertian Komunikasi Antar Pribadi	10
1. Tujuan Komunikasi Antar Pribadi.....	12

2.	Komunikasi Antar Pribadi yang Efektif	15
3.	Fungsi Komunikasi Antar Pribadi	18
4.	Proses Komunikasi Antar Pribadi.....	19
B.	Definisi Komunikasi Non-verbal	21
1.	Penampilan Sebagai Komunikasi Non-verbal	26
2.	Makna Penampilan Sebagai Citra.....	32
C.	Perempuan dalam Ruang Pekerjaan	35
D.	Penelitian Terdahulu	36
E.	Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODE PENELITIAN		42
A.	Paradigma Penelitian	42
B.	Metodelogi Penelitian	43
C.	Ruang Lingkup Penelitian	45
1.	Sumber Data	45
2.	Teknik Pengumpulan Data	46
3.	Informan Penelitian	48
D.	Teknik Analisis Data	50
E.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	51
F.	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		54
A.	Deskripsi Objek Penelitian	54
B.	Deskriptif Data.....	54

1. Data Informan	60
2. Deskripsi Data	71
C. Pembahasan Penelitian	72
1. Penampilan Sebagai Citra.....	78
2. Pengelolaan Kesan (<i>Impression Management</i>) Melalui Penampilan	78
BAB V PENUTUP	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	
BIODATA MAHASISWA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	38
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	41
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	53
Tabel 4.1 Tabel Deskripsi Data.....	59
Tabel 4.2 Tabel Deskripsi Data.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Lowongan Pekerjaan	5
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.1 Logo	55
Gambar 4.2 Iklan Lowongan Kerja.....	56

ABSTRAK

Alif Nanda Ayu, NIM 6662142526 / 2019. Penampilan Sebagai Komunikasi Non-Verbal Perempuan Dalam Dunia Pekerjaan. Pembimbing I Uliviana Restu H., S.Sos, M.Si. Pembimbing II Andin Nesia, S.I.K., M.Ikom.

Penampilan pada era sekarang ini, selain sebagai kebutuhan pokok kini penampilan juga digunakan sebagai media berkomunikasi oleh sebagian masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Penampilan yang Menggunakan Perempuan Dalam Dunia Pekerjaan. Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi non-verbal. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif dan metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, karena penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan wawancara mendalam (*In-depth Interview*). Yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah beberapa Perempuan yang sedang mengikuti *walk-in –interview*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1. Citra perempuan bisa di tampilkan melalui penampilan saat melamar pekerjaan dengan penggunaan pakaian dan atribut lainnya. 2. Pengelolaan kesan perempuan terjadi pada saat melamar pekerjaan. Kesimpulannya adalah penampilan dapat digunakan sebagai media komunikasi non-verbal para pelamar pekerjaan dalam menampilkan citra diri dan sebagai media dalam pengelolaan kesan.

Kata kunci : Perempuan, Penampilan, Pengelolaan Kesan

ABSTRACT

***Alif Nanda Ayu, NIM 6662142526/2019.
The Appearance Of Non-Verbal Communication As The Women In The World
Of Work. Supervisor I Uliviana Restu, H., S. Sos, M.Si. Supervisor II Andin
Nesia, S.I.K., M. IKom.***

Appearance on the era right now, other than as a staple nowadays appearance is also used as a medium to communicate by most of society. This research aims to find out how the appearance of which is used as a Non-Verbal communication of the women in the world of work. This research uses the theory of Non-Verbal communication. The approach used in this study was qualitative and the method used is descriptive qualitative, because this research using qualitative descriptive method with in-depth interviews. The presenter in this research are some of the women who are following the walk in interview. The results of this research indicate that: 1. The image of the woman can show through appearance when applying for a job with the use of clothing and other attributes. 2. Management of the impression women occur when applying for a job. The conclusion is that appearance can be used as non-verbal communication media of the applicants work in showing and self-image as a medium in the management of the impression.

Keywords: women, appearance, Impression Management

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perempuan kini memilih kebebasan untuk menentukan arah hidupnya seperti berkarir sambil mengurus keluarga, dan juga dengan menunjukkan eksistensi dirinya. Beberapa perempuan menunjukkan eksistensi dirinya dengan mematenkan keindahan tubuh dan penampilan dirinya sebagai perempuan yang lekat dengan barang-barang mahal atau bahkan bermerk yang didapat berdasarkan dengan kemampuan dan penghasilan yang diraihinya dan penampilan tersebut digunakan untuk mengkomunikasikan dirinya secara non-verbal.

Menurut Kimberly Harding, PhD dalam bukunya *A Woman Space: The Power Of Woman's Body*, tubuh wanita adalah sumber kekuatan bawaan dan jika dia terputus dari tubuhnya, dia terputus dari kekuatannya dalam hidup¹. *Power* atau kekuatan dalam hal ini berada pada sesuatu yang melekat pada dirinya yaitu fisik tubuh, penampilan pakaian atau pada talenta yang dimilikinya.

Penampilan kini mejadi sebuah keharusan bagi setiap individu, karena dengan apa yang ditampilkan di hadapan orang lain akan menghasilkan citra yang sesuai dengan apa yang dipakainya. Seperti pada jurnal Tri Yulia Trisnawati (2011) dari Alumnus Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas

¹ Harding, Kimberly. *A Woman Space: The Power Of Woman's Body*. CreateSpace Independent Publishing Platform. 2016

Semarang² menyatakan bahwa pakaian pula merupakan obyek yang oleh sebagian besar orang dianggap bisa menyampaikan sesuatu, oleh karena itu dengan pakaian yang dikenakan diharapkan orang bisa menilai tanda-tanda yang ditampilkan dengan pakaian yang dikenakannya. Akan tetapi penampilan lebih dipandang karena nilai-nilai tanda yang terkandung di dalamnya. Perempuan berpenampilan dan menambah aksesoris lainnya untuk mengungkapkan maksud dan tujuan tertentu serta untuk menyampaikan pesan secara non-verbal mengenai dirinya atau untuk mencapai tujuan yang oleh Goffman disebut dengan manajemen daya tarik (*impression manajemen*). Oleh karena itu dengan penampilan kini dianggap bisa menunjukkan identitas, ciri individu maupun penilaian oranglain terhadap kepribadian.

Perempuan memilih menonjolkan penampilannya dan mengemas secara menarik atau bahkan *stylish* juga untuk menunjang sikap percaya diri dalam beraktivitas, baik di dalam melaksanakan profesi ataupun pendidikan. Seperti dalam jurnal Rahmadya Putra (2016) bahwa penampilan (pakaian yang dikenakan) juga sebagai suatu bentuk komunikasi artifaktual dalam konteks komunikasi non-verbal memiliki berbagai fungsi³. Pakaian merupakan penanda dari sejumlah domain sosial, citra diri seseorang,

² Trisnawati, Tri Yulia, 2011. *Fashion* sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. Semarang : Universitas Semarang.

³ Nugraha, Rahmadya P, 2016. FASHION SEBAGAI PENCITRAAN DIRI DAN IDENTITAS BUDAYA.

identitas individu dan kelompok, status sosial, posisi ekonomi, kekuatan politik, hierarki, gender maupun peran keagamaan⁴.

Penampilan sering kali membawa pengaruh sesuai dengan bagaimana cara kita membawa diri. Dimana setiap orang pula akan berlomba-lomba untuk menampilkan sesuatu yang terbaik dari dirinya untuk diperlihatkan di hadapan orang lain dan seringkali peduli dengan *image* yang ditampilkan kepada orang lain. Kepedulian akan hal ini menuntun seseorang untuk berusaha mengontrol apa yang orang lain pikir tentang diri orang tersebut. *Image* yang coba ditampilkan ini dapat berbeda-beda dari satu situasi ke situasi yang lain tergantung dari tujuannya. Banyak masyarakat Indonesia juga sangat menyukai setiap-setiap orang yang memiliki penampilan bersih, rapih, dan sopan karena juga dengan memiliki penampilan yang sesuai dengan pandangan masyarakat bisa membawa pengaruh sangat baik bagi mereka apalagi dalam dunia pekerjaan yakni bisa lebih mempermudah mendapatkan pekerjaan bahkan tak jarang juga langsung dengan posisi yang mereka inginkan. Seperti studi kasus pada skripsi Mochamad Iqbal (2017) dari Universitas Komputer Indonesia⁵, menyatakan bahwa terdapat perempuan yang memiliki fisik yang cantik dan berpenampilan menarik memilih untuk terjun ke dunia industri *modeling* dan dengan cepat pula ia mendapatkan popularitas. Perempuan tersebut memanfaatkan apayang berada pada tubuhnya untuk berada di lingkungan luar dan untuk memenuhi kebutuhannya.

⁴ Dr. Farid Hamid U., M.Si. PAKAIAN: STUDI KOMUNIKASI ARTIFAKTUAL.

⁵ Iqbal, Mochamad, 2017. Presentasi Diri Model Pakaian Dalam Wanita G-String Di Kota Bandung. Bandung : Universitas Komputer Indonesia.

Dengan mematenkan penampilan yang ditunjukkannya membuat mereka memilih untuk masuk ke dalam ranah publik (pekerjaan) atau industri, sehingga hal tersebut turut di ikuti pasar diantaranya dengan menciptakan kualifikasi kecantikan yang mengadopsi *male gaze*⁶ di setiap kategori pekerjaan. Di dalam lingkungan kerja, mitos kecantikan akhirnya menciptakan kategori berpenampilan menarik sebagai mekanisme seleksi pekerjaan dalam profesi yang akan digeluti seorang perempuan.

Tingginya persaingan di dalam dunia kerja juga semakin ketat. Apalagi dengan banyaknya perguruan tinggi yang ada di Indonesia yang akan meluluskan beratus-ratus bahkan ribuan sarjana, hal itu akan menambah persaingan semakin ketat. Namun sebagai pencari kerja, beberapa perusahaan harus pintar-pintar menyeleksi para pelamar pekerjaannya yang bukan hanya pandai tetapi juga berpenampilan menarik. Dalam ruang lingkup pekerjaan terutama dalam proses pelamaran pekerjaan, tidak sedikit pula jenis pekerjaan yang secara mutlak menentukan penampilan sebagai salah satu persyaratannya, khususnya bagi perempuan. Hal tersebut dilakukan terutama pada perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa atau pelayanan. Terlihat dalam beberapa iklan harian lokal seperti Jawa POS dan Radar Banten atau edaran-edaran lowongan pekerjaan yang menyebutkan lowongan pekerjaan dengan kriteria “berpenampilan menarik”

⁶Male gaze mengandung arti yang berarti fantasi laki-laki tentang figur perempuan, perempuan juga diarahkan agar “to be look at ness”. Agar perempuan “enak dipandang”, maka perempuan ditampilkan untuk kekuatan visual dan erotis, digambarkan sebagai obyek seksual, menampilkan diri untuk kepuasan laki-laki.

atau “good looking” sebagai salah satu persyaratan kepada calon pekerja dalam melamar pekerjaan.

Gambar 1.1

Iklan Lowongan Pekerjaan Yang Menggunakan Kreteria Penampilan Menarik



Penampilan kini bisa dikatakan sebagai sebuah poin penting bagi pelamar pekerjaan, bukan hanya sekedar latar belakang pendidikan, keahlian yang dimiliki, dan sebagainya saja yang dilihat dalam ruang lingkup pekerjaan. Dengan memberikan kualifikasi berpenampilan menarik tersebut karena dengan penampilan yang menarik seorang wanita karier tentu akan memberikan citra profesional dalam pekerjaannya selain itu juga dirasa akan lebih dihargai oleh rekan kerja ataupun klien. Di beberapa perusahaan perempuan yang berpenampilan menarik terkadang diprioritaskan, anggapan mereka memiliki penampilan fisik yang menarik sudah pasti memberikan kepercayaan diri tersendiri. Sehingga setiap perusahaan memiliki persyaratan tersendiri dalam menerima karyawannya.

Hal-hal tersebut yang meliputi terbentuknya kualifikasi mengenai penampilan, fisik tubuh perempuan atau kecantikan perempuan juga tanpa disadari terjadi karena perempuan mendorong terjadinya perubahan perspektif pasar, industri, bahkan ruang publik (pekerjaan) para perempuan mengenai kecantikan, penampilan, tata rias, tubuh atau bahkan segala yang setiap perempuan miliki sehingga perempuan memutuskan untuk menjadikan hal tersebut sebuah poin tambahan dalam menunjukkan keberadaannya di ruang publik terutama dalam dunia pekerjaan⁷. Perubahan perspektif juga terjadi karena banyaknya hal-hal yang terjadi pada era masa kini selalu dikaitkan dengan pentingnya kecantikan perempuan dan pentingnya sebuah penampilan yang ditampilkan dihadapan oranglain. Karena ini, penampilan bukan hanya sebuah kebutuhan, tetapi sebagai media berkomunikasi sesama manusia secara tidak langsung (non-verbal) dan sebagai media pengelolaan kesan (*impression management*) apalagi saat memasuki dunia pekerjaan.

Penampilan sebagai media pengelolaan kesan (*impression management*) di hadapan orang lain juga karena dalam pengelolaan kesan tidak lepas dengan kondisi dimana adanya orang lain yang melihat (*audience*). Dalam pengelolaan kesan, Goffman membagi front personal yang terdiri dari penampilan (*appearance*) dan sikap (*manner*)⁸. Keduanya berfungsi untuk menunjukkan status sosial seseorang berdasarkan

⁷ Deni Ria Rukmawati Dan Iskandar Dzulkarnain, 2015. Jurnal: Konstruksi Kecantikan Di Kalangan Wanita Karir (DI Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan), Universitas Trunojoyo Madura.

⁸ Alfiah Elis, 2014. Jurnal: Analisis Manajemen Kesan Pengguna Facebook, Universitas Jember.

tampilannya. Penampilan juga dapat memberikan petunjuk bagaimana orang lain akan berpikir mengenai diri kita.

Berasal dari uraian di atas peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana komunikasi non-verbal yang dilakukan oleh perempuan dengan menggunakan penampilan yang mereka tunjukkan pada saat melakukan pelamaran pekerjaan agar bisa menunjukkan citra diri mereka dan membangun kesan di hadapan orang lain. Oleh karena itu, peneliti ingin mengangkatnya sebagai objek penelitian dengan judul “Penampilan Sebagai Komunikasi Non-Verbal Perempuan Dalam Dunia Pekerjaan”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalahnya, yaitu: Bagaimana Penampilan Sebagai Komunikasi Non-verbal Perempuan Dalam Dunia Pekerjaan.

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, penulis mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti kedalam identifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana Citra Perempuan di Tampilkan Melalui Penampilan Perempuan pada saat Melamar Pekerjaan?
2. Bagaimana Pengelolaan Kesan (*Impression Manajemen*) Perempuan pada saat melamar pekerjaan?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui Bagaimana Citra Perempuan di Tampilkan Melalui Penampilan pada saat Melamar Pekerjaan.
2. Mengetahui Bagaimana Pengelolaan Kesan (*Impression Manajemen*) Perempuan pada saat Melamar Pekerjaan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dilakukan oleh penulis terbagi menjadi dua, yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian, diharapkan menjelaskan bagaimana perempuan memahami dirinya sendiri melalui berbagai simbolisasi yang dilakukannya di dunia pekerjaan. Hasil penelitian juga menjelaskan tentang bagaimana citra perempuan terbentuk melalui simbol-simbol tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian dapat juga digunakan untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai representasi perempuan di dunia pekerjaan melalui sudut pandang yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi yaitu menjelaskan bagaimana cara yang dilakukan perempuan dengan penampilannya sebagai

simbol/pesan dalam mengkomunikasikan dirinya dalam dunia pekerjaan. Selain itu diharapkan hasil penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca agar pembaca bisa mengetahui dan memahami hal tersebut

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi merupakan jenis komunikasi yang paling sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *Communicatio*, dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna⁹. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang disampaikan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan kata lain, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu sendiri. Jelas bahwa percakapan kedua orang itu tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahasa yang dipercakapkan¹⁰.

Selain itu komunikasi juga berhubungan dengan usaha untuk mencapai tujuan tertentu dengan menggunakan teknik-teknik yang nantinya dapat mendukung dalam menyamakan idea tau gagasan antara komunikator dengan komunikan. Pengertian komunikasi yang dipaparkan di atas sifatnya dasarnya, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung

⁹Onong Uchjana Effendy. 2006. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. (PT Remaja Rosdakarya, Bandung), hal 9.

¹⁰ Ibid. Hal.9

kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain¹¹.

Di dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, hubungan antar pribadi memainkan peran penting dalam membentuk kehidupan masyarakat terutama ketika hubungan interpersonal itu mampu memberikan dorongan kepada orang tertentu yang berhubungan dengan perasaan, pemahaman informasi, dukungan dan berbagai bentuk komunikasi yang mempengaruhi serta membantu orang untuk memahami harapan-harapan orang lain.

Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang dilakukan kepada pihak lain untuk mendapatkan umpan balik, baik secara langsung (*face to face*) maupun dengan media. (Burgon & Huffner, 2002). Komunikasi antar pribadi adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. (Muhammad, 2005,158-159).

Menurut DeVito (1989), komunikasi antar pribadi adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (Effendy,2003, 30).

¹¹ Ibid. Hal.9

Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau non-verbal. Komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi yang hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya (Mulyana, 2000,73).

Proses komunikasi antar pribadi ini adalah proses komunikasi yang juga digunakan dalam mengkomunikasikan sebuah tanda dalam penampilan, pasalnya terdapat definisi lain tentang komunikasi interpersonal, yaitu suatu proses komunikasi yang bersetting pada objek-objek sosial untuk mengetahui pemaknaan suatu stimulus (dalam hal ini: informasi/pesan) (McDavid & Harari). Dengan itu, penampilan yang ditunjukkan sebagai sebuah media komunikasi non-verbal dalam ruang publik diharapkan bisa mendapatkan umpan balik yang dimana penerima pesan dapat memahami makna dan tujuan komunikasi.

1. Tujuan Komunikasi Antar Pribadi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu

Komunikasi Teori dan Praktek mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu:

a. Mengubah sikap (*to change the attitude*)

Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak

b. Mengubah Opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*)

Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka inginkan arah ke barat tapi kita memberikan jakur ke timur.

c. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)

Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus di ingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.

d. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti. Sebagai pejabat atau komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan.

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Serta

tujuan yang sama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.¹² Lalu tujuan dari komunikasi antar pribadi adalah sebagai berikut¹³:

a. Mengetahui diri sendiri dan orang lain

Komunikasi antarpribadi memberikan kita kesempatan untuk memperbincangkan diri kita sendiri, belajar bagaimana dan sejauhmana terbuka kepada orang lain serta mengetahui nilai, sikap dan perilaku orang lain sehingga kita dapat menanggapi dan memprediksi tindakan orang lain.

b. Mengetahui dunia luar

Komunikasi antarpribadi memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita baik objek, kejadian dan orang lain. Nilai, sikap keyakinan dan perilaku kita banyak dipengaruhi dari komunikasi antarpribadi.

c. Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi bermakna

Komunikasi antarpribadi yang kita lakukan banyak bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang baik dengan orang lain. Hubungan tersebut membantu mengurangi kesepian dan ketegangan serta membuat kita lebih positif tentang diri kita sendiri.

¹²Effendi, onong 1994. *Ilmu komunikasi: Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung. hlm. 55

¹³Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo

d. Mengubah sikap dan perilaku

Banyak waktu yg kita pergunakan untuk mengubah/ mempersuasi orang lain melalui komunikasi antarpribadi.

e. Bermain dan mencari hiburan, kejadian lucu mrpk kegiatan untuk memperoleh hiburan. Hal ini bisa memberi suasana yg lepas dari keseriusan, ketegangan, kejenuhan, dsb.

f. Membantu orang lain

2. Komunikasi Antar Pribadi yang Efektif

Komunikasi antar pribadi dinyatakan menjadi komunikasi efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Bila kita berkumpul dalam suatu kelompok yang memiliki kesamaan dengan kita akan gembira dan terbuka, sebaliknya bila kita berkumpul dengan orang-orang yang kita benci akan membuat kita tegang, resah dan tidak enak.

Tiga Syarat Utama Komunikasi Antar Pribadi Hardjana (2003) (dalam Suranto, AW, 2011:77) komunikasi antar pribadi dapat dikatakan efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan, pesan ditindaklanjuti dengan sebuah perbuatan secara suka rela oleh penerima pesan, dapat meningkatkan kualitas hubungan antar pribadi. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa komunikasi antar pribadi dikatakan efektif, apabila memenuhi tiga prasyarat utama, yaitu sebagai berikut:

a. Pengertian yang sama terhadap makna pesan

Salah satu indikator yang dapat digunakan sebagai ukuran komunikasi dikatakan efektif, adalah apabila makna pesan yang dikirim oleh komunikator sama dengan makna pesan yang diterima oleh komunikan. Pada tataran empiris, seringkali terjadi *miss* komunikasi yang disebabkan oleh karena komunikan memahami makna pesan yang tidak sesuai dengan yang dimaksudkan oleh komunikator. Sebagai contoh, ada sekelompok remaja berwisata di sebuah danau. Satu orang remaja dari kelompok itu berenang sedangkan yang lainnya berjalan-jalan disekitar danau. Orang yang berenang itu tiba-tiba melambai-lambaikan tanganya, dan teman-teman yang sedang berjalan-jalan pun membalas lambaian tangan itu. Beberapa saat kemudian, orang yang berenang tersebut tidak tampak. Teman-temannya baru menyadari bahwa telah terjadi *miss communication*, di mana makna lambaian orang yang berenang itu sebenarnya adalah “meminta pertolongan”.

b. Melaksanakan pesan secara suka rela

Indikator komunikasi antar pribadi yang efektif berikutnya adalah bahwa komunikan menindaklanjuti pesan tersebut dengan perbuatan dan dilakukan secara sukarela, tidak karena dipaksa. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam proses komunikasi antar pribadi, komunikator dan komunikan memiliki peluang untuk memperoleh keuntungan. Komunikasi antar pribadi yang baik dan berlangsung

dalam kedudukan setara (tidak superior-inferior) sangat diperlukan agar kedua belah pihak menceritakan dan mengungkapkan isi pikirannya secara suka rela, jujur, tanpa merasa takut. Komunikasi antar pribadi yang efektif mampu mempengaruhi emosi pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi itu ke dalam suasana yang nyaman, harmonis, dan bukan dalam suasana yang tertekan. Dengan demikian seberapa baik seseorang melakukan komunikasi dan interaksi antar pribadi dengan orang lain, dapat dilihat dari bagaimana dia mampu mencapai tujuan komunikasi secara sehat dan adil, bagaimana ia memberdayakan orang lain, dan bagaimana ia mampu menjaga perasaan dan harga diri orang lain.

c. Meningkatkan kualitas hubungan antar pribadi

Komunikasi antar pribadi yang efektif akan mendorong terjadinya hubungan yang positif terhadap rekan, keluarga dan kolega. Hal ini disebabkan pihak-pihak yang saling berkomunikasi merasakan memperoleh manfaat dari komunikasi itu, sehingga merasa perlu untuk memelihara hubungan antar pribadi. Sering kali orang tidak menyadari pentingnya masalah interaksi antar manusia, karena sebagian orang beranggapan bahwa yang terpenting adalah modal kekuasaan dan modal material. Kalau dua modal itu berada ditangan, dikiranya segala urusan menjadi lancar dan berpihak kepadanya. Padahal kecakapan dalam komunikasi antar pribadi merupakan aset yang penting dalam hubungan masyarakat. Banyak

orang yang menjadi sukses karena mereka memiliki hubungan yang sangat baik dengan orang lain. Mereka menanamkan identitas yang positif kepada orang lain sehingga mereka memiliki *image* yang baik di mata masyarakat. Dengan demikian, mereka memiliki kesempatan lebih untuk mendapatkan kepercayaan dari orang lain dibandingkan dengan mereka yang tidak memiliki kemampuan komunikasi antar pribadi yang baik.

3. Fungsi Komunikasi Antar Pribadi

Menurut Onong Uchjana Effendy ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu:

1. Menginformasikan (*to inform*)

Menginformasikan yaitu memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Mendidik (*to educate*)

Mendidik yaitu komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*)

Adalah komunikasi selain berguna, untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan, mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Adalah fungsi mempengaruhi setup individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan.¹⁴

4. Proses Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi tidak terlepas dari sebuah proses, oleh karena itu sampai atau tidaknya pesan tergantung dari proses komunikasi yang terjadi. Seperti yang diungkapkan oleh Ruslan bahwa “Proses komunikasi dapat diartikan sebagai “transfer informasi” atau pesan – pesan (*messages*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan tersebut bertujuan (*feed back*) untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antara kedua belah pihak. Menurut Deddy Mulyana, Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) bagian yaitu:

1. Komunikasi verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan

¹⁴ Effendi, onong 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hal. 55

wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal. Tentu saja komunikasi verbal sangat penting dalam konsep dramaturgi karena komunikasi verbal dapat secara langsung memberi stimulus dan pengaruh terhadap penilaian khalayak di sekitarnya.

2. Komunikasi non verbal

Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima.¹⁵ Rangsangan atau stimulus yang disampaikan komunikator akan mendapat respon dari komunikan selama keduanya memiliki makna yang sama terhadap pesan yang disampaikan. Jika disimpulkan maka komunikasi adalah suatu proses, pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam seseorang dan atau di antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu sebagaimana diharapkan oleh komunikator.

¹⁵Mulyana, Deddy, 2000, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung. hal. 237

B. Komunikasi Non Verbal

Randall Harrison menegaskan dalam Littlejohn (2012:158). Istilah komunikasi non verbal telah diterapkan untuk menyusun berbagai peristiwa yang membingungkan, dari masalah wilayah binatang sampai masalah peraturan diplomat. Dari mimik muka sampai hentakan otot. Dari dalam, tetapi tidak tercurahkan, berperasaan seperti monumen rakyat di luar. Dari pesanan pijat sampai ajakan untuk minum. Dari menari dan drama sampai musik dan pelawak. Dari arus pengaruh sampai arus lalu lintas. Dari penglihatan indra ke enam sampai kekuatan kebijakan blok ekonomi internasional. Dari mode busana sampai ke mode arsitektur dan komputer analog. Dari bau harum bunga mawar sampai harum cita rasa daging bakar. Dari simbol - simbol Freudian sampai tanda-tanda astrologi. Dari kekejaman secara retorik sampai penari erotis tanpa penutup dada. Klasifikasi jenis aktivitas yang digunakan dalam kode non verbal, menurut Burgoon¹⁶ adalah:

- a. Kinesis (aktivitas tubuh)
- b. Vokalis atau paralanguage
- c. Penampilan fisik, haptics (*touch*)
- d. Proxemics (ruang)
- e. Chronemics (waktu)
- f. Artefak (obyek)

¹⁶ Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2012. *Teori Komunikasi (Terjemahan Mohammad Yusuf Hamdan)*. Jakarta: Salemba Humanika. Hal. 159.

Sistem tanda non verbal sering dikelompokkan menurut tipe aktivitas atau kegiatan yang digunakan di dalam tanda tersebut, yang menurut Burgoon terdiri atas tujuh tipe yaitu bahasa tubuh (kinesics), suara (vocalics atau paralanguage), tampilan fisik, sentuhan (haptics), ruang (proxemics), waktu (chromics), dan obyek (artifact). Dua tipe yang paling sering diteliti adalah kinesis (kinesics) dan proksemik (proxemics). Kinesis, kata populer untuk kinesis adalah bahasa tubuh (*body language*). Birdwhistel membuat daftar asumsi yang menjadi dasar teorinya mengenai bahasa tubuh¹⁷:

- a. Semua gerakan tubuh mempunyai makna penting dalam konteks komunikasi. Seseorang selalu dapat memberikan makna terhadap aktivitas tubuh.
- b. Perilaku dapat dianalisis karena telah diatur dan peraturan ini dapat dikupas dengan analisis sistemati.
- c. Walaupun aktivitas tubuh memiliki keterbatasan biologis, kegunaan pergerakan tubuh dalam interaksi dianggap menjadi sebuah bagian dari sistem sosial. Oleh karena itu kelompok yang berbeda akan menggunakan gesture dan gerakan tubuh lainnya secara berbeda.
- d. Orang dipengaruhi oleh gerak tubuh orang lain yang dilihatnya.
- e. Cara-cara gerak tubuh yang berfungsi dalam komunikasi dapat diselidiki.

¹⁷ *Ibid.* Hal 159

f. Makna yang terungkap dalam hasil penelitian kinesis ini berasal dari perilaku yang telah dikaji sebagaimana metode yang digunakan untuk penelitian.

g. Seseorang yang menggunakan aktivitas tubuh akan memiliki ciri-ciri idiosyncratic tetapi juga akan menjadi bagian sistem sosial yang besar bersama-sama dengan lainnya.

Cara menganalisis dari aktivitas non-verbal dengan tiga cara yakni asal, kode, dan penggunaan. Cara tersebut adalah :

a. Sumber (origin) adalah sumber dari sebuah tindakan. Perilaku non verbal mungkin saja bawaan lahir (tersusun dalam sistem kegugupan); species constant (perilaku universal yang dibutuhkan bagi para kelangsungan hidup); atau variant lintas budaya, kelompok, dan individu.

b. Sandi (coding) adalah hubungan dari tindakan dengan maknanya. Sebuah tindakan mungkin berubah-ubah dengan ketiadaan makna yang melekat pada tanda itu sendiri. Tanda non verbal lainnya itu ikonik dan menyerupai dengan benda yang dimaknai.

c. Cara ketiga untuk menganalisis perilaku adalah kebiasaan. Kebiasaan meliputi tingkatan sebuah perilaku non verbal yang dimaksudkan untuk menyampaikan makna. Sebuah tindakan yang komunikatif digunakan untuk menyampaikan makna dengan

sengaja. Tindakan interaktif sebenarnya mempengaruhi perilaku partisipan.

Menurut Ekman dan Friesen, semua perilaku non verbal dapat digolongkan menjadi satu dari kelima jenis tersebut, bergantung pada sumber, sandi dan kebiasaan. Kelima tipe tersebut adalah¹⁸ :

a. Emblem, lambang secara verbal dapat diartikan ke dalam makna yang cukup tepat. Mereka biasanya digunakan pada sebuah kebiasaan yang disengaja untuk menyampaikan sebuah pesan tertentu. Lambang muncul dari budaya dan mungkin saja dapat berubah-ubah atau ikonis.

b. Illustrator, jenis kedua dari isyarat non verbal. Ilustrasi digunakan untuk menggambarkan apa yang telah dikatakan secara verbal. Ilustator dipelajari dalam non verbal yang kegunaannya mungkin saja komunikatif atau informatif, ada kalanya mereka interaktif. Ilustrator memiliki 8 bentuk, antara lain :

- 1) *Batons* : Suatu gerakan yang menunjukkan tekanan tertentu pada pesan yang disampaikan
- 2) *Ideographs* : Gerakan mengarahkan pikiran
- 3) *Deitic Movements* : Gerakan menunjukkan sesuatu
- 4) *Apatial Movements* : Gerakan yang melukiskan besar atau kecilnya ruangan
- 5) *Kinetographs* : Gerakan menggambarkan tindakan fisik

¹⁸ *Ibid. Hal 160.*

6) *Rytmic Movements* : Gerakan yang menunjukkan suatu irama tertentu

7) *Pictographs* : Gerakan menggambarkan sesuatu di udara

8) *Emblematic Movement*: Gerakan yang menggambarkan suatu pernyataan verbal tertentu

c. *Adaptor*, yang mengabdikan untuk memudahkan pelepasan tekanan fisik. Dalam hal ini, terdapat beberapa jenis adaptor, yaitu :

1) *Adaptor* yang ditujukan kepada tubuh sendiri (*self adaptor*) seperti menggaruk, menepuk, meremas, menggenggam dan sebagainya.

2) *Adaptor pengganti* (*alter adaptor*) adalah perilaku yang ditujukan kepada tubuh orang lain, seperti menepuk punggung seseorang.

3) *Adaptor obyek* (*object adaptor*) yaitu perilaku kepada benda, seperti memainkan pena di jari-jari tangan.

d. *Regulator*, perilaku yang digunakan untuk mengendalikan atau mengkoordinasikan interaksi. *Regulator* utamanya adalah interaktif. Mereka dikodekan secara intrinsik atau ikonik, dan mereka berasal dari pembelajaran budaya.

e. *Affect display*, perilaku ini mungkin saja bagian dari bawaan lahir, melibatkan penunjukan perasaan dan emosi. Wajah adalah sumber yang kaya untuk menunjukkan pengaruh, walaupun bagian tubuh lainnya mungkin juga terlibat. penunjukan pengaruh

pengkodean secara intrinsik. Mereka jarang komunikatif, sering interaktif, dan selalu informatif

Komunikasi Non-Verbal adalah setiap informasi atau emosi dikomunikasikan tanpa menggunakan kata-kata. Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk sesuatu lainnya, berdasarkan kesepakatan kelompok orang lain. Lambang meliputi kata-kata (pesan verbal), perilaku nonverbal dan objek yang maknanya disepakati bersama.¹⁹

Komunikasi non verbal adalah penting, sebab apa yang sering kita lakukan mempunyai makna jauh lebih penting daripada apa yang kita katakan. Non verbal lebih cenderung kepada otak kanan yang bersifat afektif atau emosional. Komunikasi non verbal, komunikasi yang diungkapkan melalui pakaian dan setiap kategori benda lainnya (*the object language*), komunikasi dengan gerak (*gesture*) sebagai sinyal (*sign language*), dan komunikasi dengan tindakan atau gerakan tubuh (*action language*).

Edward T. Hall menamai bahasa non verbal ini sebagai “bahasa diam“ (*silent language*) dan dimensi tersembunyi (*hidden dimension*) suatu budaya. Disebut diam dan tersembunyi, karena pesan–pesan non verbal tertanam dalam konteks komunikasi. Selain isyarat situasional dan relasional dalam transaksi komunikasi, pesan non verbal memberi kita

¹⁹Mulyana, Deddy dan Solatun, Metode Penelitian Komunikasi. Bandung : PT. RemajaRosdakarya, 2007. Hal 83

isyarat-isyarat kontekstual. Bersama isyarat verbal dan kontekstual, pesan non verbal membantu kita menafsirkan seluruh makna pengalaman komunikasi.

1. Penampilan Sebagai Komunikasi Non-verbal

Ada istilah “penampilan adalah gambaran diri” yang berarti penilaian diri seseorang dilihat pertama kali dari penampilannya. Jika diuraikan, penampilan dapat berarti pakaian, seperti baju dan celana, sepatu dan aksesoris lainnya atau *make up* yang dikenakan seseorang. Berbicara tentang penampilan yang meliputi pakaian sesungguhnya berbicara tentang sesuatu yang sangat erat dengan diri kita. Tak heran, kalau dalam kata-kata Thomas Carlyle, pakaian menjadi “perlambang jiwa” (*emblems of the soul*). Pakaian bisa menunjukkan siapa pemakainya. Dalam kata-kata tersohor dari Umberto Eco, “*I speak through my cloth*”. (Aku berbicara lewat pakaianku). Pakaian yang kita kenakan membuat pernyataan tentang busana kita. Bahkan jika kita bukan tipe orang yang terlalu peduli soal busana, orang yang bersua dan berinteraksi dengan kita tetap akan menafsirkan penampilan kita seolah-olah kita sengaja membuat suatu pesan. Pernyataan ini membawa kita pada fungsi komunikasi dari pakaian yang kita kenakan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam suasana formal maupun informal.²⁰

²⁰Malcolm Barnard. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Jalasutra: Yogyakarta. 2011. Hal Vi

Komunikasi melalui media penampilan adalah komunikasi yang berlangsung melalui pakaian, dan penataan berbagai artefak, misalnya, pakaian, dandanan, barang perhiasan, kancing baju atau tas, dsb. Karena penampilan atau pakaian menyampaikan pesan-pesan non-verbal, ia termasuk komunikasi nonverbal²¹. Penampilan sebagai komunikasi non-verbal juga karena penampilan dapat menjadi bentuk citra diri yang terpancar dari diri seseorang, seperti contohnya jika seseorang mengenakan blazer, kemeja, rok, lengkap dengan perhiasan dan sepatu hak tinggi, orang akan menilai ia adalah wanita karier yang mapan. Berbeda dengan seseorang yang mengenakan kaos, celana, dan jaket jeans, serta sepatu sandal, orang akan menilainya sebagai mahasiswi atau pelajar.

Pakaian yang kita pakai bisa menampilkan berbagai fungsi. Sebagai bentuk komunikasi, pakaian bisa menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat non-verbal dan fungsi utamanya pakaian bisa melindungi kita dari cuaca buruk atau dalam olahraga tertentu dari kemungkinan cedera. Pakaian juga membantu kita menyembunyikan bagian-bagian tertentu dari tubuh kita dan karenanya pakaian memiliki suatu fungsi kesopanan (*modesty function*). Pakaian merupakan sistem tanda yang saling terkait dengan sistem-sistem lainnya dalam

²¹*Ibid hal Vii*

masyarakat, dan melaluinya kita dapat mengirimkan pesan tentang sikap kita, status sosial kita, kepercayaan politik kita dan seterusnya.²²

Dalam berpenampilan kita menggunakan pakaian yang kini memiliki berbagai model, jenis bahkan warna dan hal semua itu akan memiliki arti tersendiri bagi pemakainya. Warna merupakan salah satu unsur seni dan unsur visual yang sangat penting, karena dengan warna orang akan dapat mengidentifikasi sesuatu dengan indra penglihatannya dan dapat mempengaruhi dan merangsang mata sehingga membuat suatu benda dapat dilihat oleh mata, selain itu juga, warna dapat menunjukkan sifat dan watak yang berbeda dan warna juga dapat digunakan secara simbolis seperti yang di ungkapkan oleh Dewojati bahwa warna merupakan unsur visual yang paling menonjol dari unsur-unsur yang lainnya, kehadirannya dapat membuat suatu benda dapat dilihat oleh mata. Warna juga dapat menunjukkan sifat dan watak yang berbeda disamping itu warna juga dapat digunakan secara simbolis²³.

Ada 8 warna dasar yang dirangkum oleh C.S Jones yang menggambarkan rasa dan emosi diantaranya, warna merah, orange, kuning, biru, hijau, hitam, putih, coklat. Warna-warna dasar tersebut memiliki makna tersendiri.

²²Danesi, Marcel. Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi. Yogyakarta: Jalasutera. 2011.

²³ Cahyaningrum, Dewojati. Drama Sejarah, Teori dan Penerapannya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2012.

1. Merah

Warna merah adalah warna yang beraura kuat, memberi arti gairah dan memberi energi untuk menyerukan terlaksananya suatu tindakan. Dalam psikologi warna merah memberi arti sebuah simbol keberanian, kekuatan dan energi, juga gairah untuk melakukan tindakan (*action*), serta melambangkan kegembiraan.

2. Oranye (*Orange*)

Oranye merupakan kombinasi antara warna merah dan kuning. Warna oranye memberi kesan hangat dan bersemangat serta merupakan symbol dari petualangan, optimisme, percaya diri dan kemampuan dalam bersosialisasi. Warna oranye adalah peleburan dari warna merah dan kuning, sama-sama memberi efek yang kuat dan hangat.

3. Kuning

Warna kuning memberi arti kehangatan dan rasa bahagia dan seolah ingin menimbulkan hasrat untuk bermain. Dengan kata lain warna ini juga mengandung makna optimis, semangat dan ceria. Secara psikologi, makna warna kuning mengarah pada warna yang paling bahagia, menyolok dan juga menyatu dengan ekstrovert. Warna ini biasanya digunakan oleh orang yang ingin tampil atau ingin diperhatikan oleh orang lain.

4. Biru

Warna biru umumnya memberi efek menenangkan dan diyakini mampu mengatasi insomnia, kecemasan, tekanan darah tinggi dan migraine. Didalam dunia bisnis warna biru disebut sebagai warna *corporate* karena hampir sebagian besar perusahaan menggunakan biru sebagai warna utamanya.

Hal ini dikarenakan warna biru mampu memberi kesan profesional dan kepercayaan. Biru diyakini bisa merangsang kemampuan berkomunikasi, ekspresi *artistic* dan juga sebagai simbol kekuatan. Berdasarkan cara pandang ilmu psikologi warna biru tua mampu merangsang pemikiran yang jernih dan biru muda membantu menenangkan pikiran dan meningkatkan konsentrasi.

5. Hijau

Warna hijau adalah warna yang identik dengan alam dan mampu memberi suasana yang santai. Berdasarkan cara pandang ilmu psikologi warna hijau sangat membantu seseorang yang berada dalam situasi tertekan untuk menjadi lebih mampu dalam menyeimbangkan emosi dan memudahkan keterbukaan dalam berkomunikasi.

6. Hitam

Warna hitam adalah warna yang akan memberi kesan suram, gelap dan menakutkan namun juga elegan. Karena itu elemen apapun jika dikombinasikan dengan warna hitam akan terlihat menarik. Hitam mempunyai arti yang melambangkan keanggunan

(*elegance*), kemakmuran (*wealth*) dan kecanggihan (*sopiscated*), juga merupakan warna yang independent dan penuh misteri.

7. Putih

Salah satu kelebihan warna putih adalah kemampuannya untuk membantu mengurangi rasa nyeri. Ini dikarenakan warna putih memberi kesan kebebasan dan keterbukaan. Kekurangan warna putih adalah dapat memberi rasa sakit kepala dan mata lelah jika warna ini terlalu mendominasi. Bagi pekerja kesehatan warna putih memberi kesan steril. Putih sebagai warna yang murni dan tidak menggunakan campuran apapun memberi arti yang suci dan bersih.

8. Coklat

Secara psikologis warna coklat akan memberi kesan kuat dan dapat diandalkan. Warna ini melambangkan sebuah pondasi dan kekuatan hidup.²⁴

2. Makna Penampilan Sebagai Citra

Pada masa modernitas sekarang ini, pertunjukan visual menjadi semakin penting. Suatu penekanan terhadap penampilan luar telah menunjukkan pentingnya penampilan, karena penampilan di rancang untuk beraneka ragam konteks atau tujuan maka akan semakin terpecah. Berbicara mengenai penampilan, sekarang ini masyarakat cenderung menilai seseorang berdasarkan pakaian, cara bicara, sikap

²⁴Jones, C.S. *Anything But Neutral: Using Color to Create Emotional Images*. 2015

dan tampilan fisik. Pemasaran penampakan luar, penampilan, hal-hal yang bersifat permukaan atau kulit yang memberikan layanan untuk mempercantik atau mempertampan penampilan telah dan akan terus tumbuh menjadi *big business* gaya hidup.²⁵

Begitu juga dengan individu yang cenderung dinilai berdasarkan kesan pertama (*first impression*). Penampilan seseorang menunjukkan siapa dirinya atau identitasnya, dan secara tidak langsung orang lain mengetahui tanpa dirinya berbicara kepada orang lain. Jika melihat seseorang mengenakan kemeja lengan panjang dan dasi, lengkap dengan setelan jas dan sepatu fantovel, juga dengan jam tangan mewah seperti Rolex melingkar di pergelangan tangannya, orang akan menilai bahwa ia adalah orang yang mapan. Penilaian ini akan berbeda ketika melihat seseorang yang lain, mengenakan kaos, celana dan jaket jeans, serta sandal gunung, orang akan menilainya sebagai orang santai dan *easy going*.

Untuk memahamipenampilan dan pakaian sebagai komunikasi tidak cukup hanya dengan memahami komunikasi sebagai sekedar pengiriman pesan. Dalam hal ini garmen, yang merupakan bagian dari penampilan atau pakaian, menjadi medium atau saluran yang dipergunakan seseorang untuk menyatakan sesuatu kepada orang lain dengan maksud mendorong terjadi perubahan pada orang itu. Garmen merupakan medium untuk mengirimkan pesan pada orang lain.

²⁵ Chaney, D. *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra. 1996. Hal. 16.

Seseorang mengirimkan pesan tentang dirinya sendiri melalui pakaian yang dipakainya atau apapun yang ditampilkan dari tubuhnya.

Berdasarkan pengalaman sehari-hari, pakaian dipilih sesuai dengan apa yang akan dilakukan pada hari itu, bagaimana suasana hati seseorang, siapa yang akan ditemuinya dan seterusnya. Pakaian sering dianggap sebagai sebuah topeng untuk memanipulasi tubuh, sebagai cara untuk membangun dan menciptakan citra diri. Pakaian membangun habitus pribadi, sebagai sebuah perangkat penting untuk berkomunikasi dengan lingkungannya; pakaian dibentuk dan disesuaikan dengan kondisi tertentu. Peran penting seseorang pencipta atau desainer pakaian, mempengaruhi identitas pakaian, sekaligus citra tubuh penggunanya.²⁶ Senada dengan hal tersebut, Burns (1993) mengatakan bahwa citra diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri sebagai makhluk yang berfisik, sehingga citra diri sering dikaitkan dengan karakteristik-karakteristik fisik termasuk di dalamnya penampilan seseorang secara umum, ukuran tubuh, cara berpakaian, model rambut dan pemakaian kosmetik.²⁷

Pakaian pada tataran dasarnya adalah berfungsi sebagai penutup, perlindungan, kesopanan, dan daya tarik. Kini penampilan yang di tunjukan dan pakaian yang dikenakan sudah merupakan bagian dari

²⁶Jennifer Claik. *The Face Of Fashion: Cultural Studies In Fashion*. Routledge: New York. 1993. Hal 1.

²⁷Burns, R. B. *Konsep Diri: Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku*. 1993. Jakarta: Penerbit Arcan.

lifestyle atau gaya hidup, karena dengan pakaian terkini seseorang bisa menunjukkan kualitas gaya hidupnya. Pamor seseorang pun bisa ikut terdongkrak ketika ia menggunakan pakaian yang sedang tren, atau istilahnya sering disebut dengan *fashionable*. Secara semiologis tanda denotatif dianggap sebuah penanda dan tanda konotatif dianggap sebagai sebuah petanda. Pada tataran makna denotasi atau makna secara harfiah, penampilan dipahami melalui apa yang ditampilkan oleh citra yang secara faktual tampak, bahan apa yang digunakan, waktu dan tempat pembuatannya, pemakaiannya, dan sebagainya. Mereka dapat berbeda dari jenis kelamin, gender, usia, kelas sosial, pekerjaan, dan ras. Perbedaan itu dapat menghasilkan dan mendorong perbedaan konotasi bagi kata atau citra.

Di dalam sebuah penampilan, selain ada nilai-nilai yang ingin dipromosikan atau dikomunikasikan melalui apa yang ditampilkan. Penampilan merupakan sebuah bentuk dari ekspresi individualistik. Penggunaan pakaian dalam berpenampilan adalah cara yang digunakan individu untuk membedakan dirinya sendiri sebagai individu dan menyatakan beberapa keunikannya. Penggunaan warna merupakan salah satu cara berekspresi.

Menunjukan penampilan kini adalah sebuah fenomena komunikatif dan kultural yang digunakan oleh suatu kelompok untuk mengonstruksi dan mengomunikasikan identitasnya, karena penampilan mempunyai cara non-verbal untuk memproduksi serta

mempertukarkan makna dan nilai-nilai. Penampilan sebagai aspek komunikatif dan fungsional tidak hanya sekedar sebagai sebuah karya seni akan tetapi penampilan juga dipergunakan sebagai simbol untuk membaca status seseorang dan cerminan budaya yang dibawa.

C. Perempuan dalam Ruang Pekerjaan

Menyinggung tentang peran perempuan di luar rumah, tak lepas dari isu yang banyak di gulirkan, yaitu emansipasi. Namun seiring perkembangan zaman mereka tidak saja menyerukan pentingnya mendapatkan pendidikan, tapi juga meneriakkan persamaan derajat, kebebasan, peningkatan karir di segala bidang. Kaplan mengatakan bahwa bekerja bagi perempuan tidak hanya untuk mendapatkan penghasilan tambahan bagi keluarga, namun juga untuk mengembangkan karir, berinteraksi dengan orang lain, mengembangkan kreativitas dan prestasi, serta meningkatkan kemandirian dan harga diri.²⁸

Di era masa kini, tidak sulit menemukan perempuan yang berkarier di berbagai bidang pekerjaan di luar rumah. Pekerjaan-pekerjaan ini menarik bagi perempuan karena mendatangkan menghasilkan uang, baik berupa gaji tetap, honor dan lainnya. Bidang komunikasi, informasi, jasa, manufaktur adalah bidang yang banyak digeluti perempuan dalam bekerja. Di samping itu, bidang politik juga sudah mulai banyak diperankan oleh perempuan, mulai dari tingkat rendah hingga jabatan elit, seperti menteri dan gubernur.

²⁸H.I., Kaplan, dkk. Sinopsis Psikiatri (Ilmu Pengetahuan Perilaku Psikiatri Klinis Jilid Satu. 2010. Jakarta: Binarupa Aksara.

D. Penelitian Terdahulu

Pada bab ini peneliti mengakhiri dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian ini. Maka demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, pembanding dan memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini.

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang memiliki kasus yang hampir serupa mengenai penampilan yang menjadi sebuah media komunikasi non-verbal seperti pada penelitian yang berjudul Bahasa Tubuh Sebagai Komunikasi Non-verbal, oleh Yanti Setianti Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjajaran, 2007. Penelitian tersebut menggunakan metode yang sama yaitu metode penelitian kualitatif, namun perbedaannya dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan Yanti merupakan secara menyeluruh tentang bahasa tubuh dalam komunikasi sementara penelitian ini cenderung mengenai penampilan.

Penelitian selanjutnya yang berjudul Pemaknaan Pesan Komunikasi Nonverbal di Mata Laki-laki (Studi Fenomenologi Pemaknaan Pesan Komunikasi Nonverbal Perempuan di Mata Laki-laki Mahasiswa Kota Bandung) oleh Vianda Nadya Putri, 2013. Persamaan pada penelitian ini adalah mengenai komunikasi non-verbal melalui perempuan kepada komunikannya. Namun, penelitian tersebut lebih memfokuskan bagaimana pemaknaan yang terjadi di mata laki-laki.

Selanjutnya dengan judul Komunikasi Non-verbal Artifaktual Melalui Pakaian Dalam Dimensi Citra Diri Mahasiswa oleh Danang Agus Wijayanto, 2017. Persamaan pada penelitian ini adalah mengenai pakaian yang digunakan sebagai komunikasi non-verbal dan juga penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

	Yanti Setianti (Unpad 2007)	Vianda Nadya Putri (Unikom 2013)	Danang Wijayanto (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2017)
Judul	Bahasa Tubuh Sebagai Komunikasi Non-verbal	Pemaknaan Pesan Komunikasi Nonverbal di Mata Laki-laki (Studi Fenomenologi Pemaknaan Pesan Komunikasi Nonverbal Perempuan di Mata Laki-laki Mahasiswa Kota Bandung)	Komunikasi Non-verbal Artifaktual Melalui Pakaian Dalam Dimensi Citra Diri Mahasiswa
Latar Belakang Masalah	Dalam Faktanya Penelitian telah menunjukkan bahwa 80% komunikasi antara manusia dilakukan secara non verbal. Banyak interaksi dan komunikasi yang terjadi dalam masyarakat yang berwujud nonverbal. Salah satu komunikasi	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Pemaknaan Pesan Komunikasi Non Verbal Perempuan di Mata Laki-laki Mahasiswa Kota Bandung.	Sejak zaman purba, manusia memerlukan pakaian untuk melindungi untuk menutupi tubuh agar terlindung dari segala macam gangguan, misalnya : panas, dingin, binatang-binatang kecil dan sebagainya. Mula-mula pakaian dibuat dari bahan yang sangat sederhana seperti kulit kayu, kulit binatang, daun-daunan yang sesuai

	<p>non verbal ialah gerakan tubuh atau perilaku kinetic, kelompok ini meliputi isyarat dan gerakan serta mimik. Cara anda memuntir rambut atau menyentuh hidung, cara anda melipat tangan atau menyilangkan kaki, mengungkapkan banyak hal tentang anda serta orang lain.</p>		<p>keperluan. Dalam masyarakat kita khususnya, dikenal dengan istilah tiga kebutuhan pokok manusia yaitu sandang, pangan, dan papan. Dalam bahasa Jawa, sandang berarti pakaian, pangan berarti makanan, dan papan berarti tempat tinggal.</p>
Metode	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif
Kesimpulan	<p>Bahwa bahasa tubuh adalah gerakan ; tubuh yang merupakan sebagian perilaku nonverbal (termasuk yang anda miliki) dapat disampaikan melalui simbol komunikasi kepada orang lain. Perilaku itu sangat bergantung dari erat tidaknya hubungan dengan orang lain. Dalam bagian ini akan diuraikan komunikasi nonverbal “gerak tubuh” atau yang disebut kinesik.</p>	<p>Kesimpulan Pemaknaan Pesan Komunikasi Non Verbal perempuan di mata laki-laki, menunjukkan bahwa tidak semua pesan non verbal perempuan dapat dimaknai oleh laki-laki dengan tepat. Hal ini dikarenakan, perbedaan cara berkomunikasi, yaitu laki-laki lebih memilih bicara langsung, sedangkan perempuan memilih untuk bicara menggunakan kode atau bahasa non verbal.</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian serta analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa mahasiswa telah mengetahui bahwa pakaian tidak hanya sekedar untuk menutup dan melindungi tubuh. Namun lebih dari itu, pakaian bisa dijadikan sebagai media untuk mengkomunikasikan informasi tentang diri pemakai.</p>

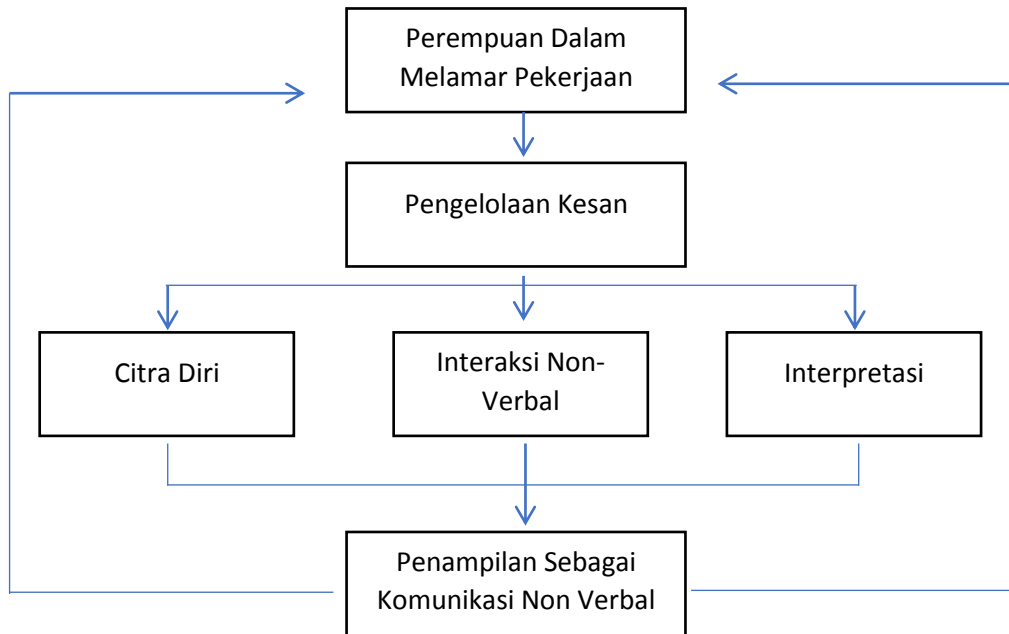
E. Kerangka Berfikir

Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti bagaimana performa yang dilakukan perempuan dengan menggunakan penampilan yang ditunjukkannya. Bagaimana para perempuan menunjukkan penampilan dirinya di dunia pekerjaan terutama saat wawancara pekerjaandengan mengkomunikasikannya melalu penampilan mereka, dan perempuan tersebut juga akan menjadi objek utama dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini menggunakan konsep komunikasi non-verbal, dalam konsep tersebut terdapat beberapa komponen yang mempengaruhi terjadinya pengelolaan kesan yakni dengan penggunaan atribut yang berupa gaya berbusana, unsur pemilihan warna dan gaya atrefaktual, serta komponen dalam berinteraksi yakni dengan bagaimana gaya bersikap dan gaya berbicara, ekspresi wajah.

Proses komunikasi yang berlangsung juga akan memiliki faktor-faktor yang akan menjadi hambatan dan akan mengganggu proses komunikasi. Salah satu faktornya yang dapat menghambat proses komunikasi adalah faktor kurangnya pemahaman dari pesan non-verbal yang sebenarnya ditunjukkan oleh perempuan tersebut kepada si penerima pesan. Karena dengan penampilan yang berbeda, maka penyampaian pesannya pun berbeda-beda. Berdasarkan penjelasan kerangka berpikir singkat, dapat dibuat pada bagan alur berikut:

Gambar 2.3
Kerangka Berpikir



Sumber: Penulis, 2018

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Paradigma Penelitian

Paradigma menurut Mustopadidjaja (2001) adalah teori dasar atau cara pandang yang fundamental, dilandasi nilai-nilai tertentu, dan berisikan teori pokok, konsepsi, asumsi, metodologi atau cara pendekatan yang dapat digunakan para teoritis dan praktisi dalam menanggapi sesuatu permasalahan baik dalam kaitan pengembangan ilmu maupun dalam upaya pemecahan permasalahan bagi kemajuan hidup dan kehidupan kemanusiaan. Paradigma menurut Kuhn didefinisikan sebagai suatu cara pandang, nilai-nilai, metode-metode, prinsip dasar, atau cara memecahkan sesuatu masalah, yang dianut oleh suatu masyarakat ilmiah pada suatu masa tertentu.²⁹

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan paradigma *post-positivis* sebagai landasan berpikir, dengan menggunakan paradigma *post-positivis* karena peneliti mencoba memperoleh gambaran lebih mendalam lagi. Paradigma *post-positivis* melahirkan pendekatan penelitian kualitatif yang cenderung pada penggunaan kata-kata untuk menarasikan suatu fenomena atau gejala.

Paradigma *post-positivis* beranggapan bahwa permasalahan harus dipahami secara holistik dan kontekstual, artinya bahwa objek penelitian

²⁹ Thomas Khun. *The structure of Scientific Revolutions*. 1970.

merupakan sesuatu yang apabila diteliti dan dipahami bagian perbagian maka akan berhubungan dengan bagian-bagian yang lain dan akan membentuk suatu keutuhan yang tidak dapat dipisahkan. Selain itu, objek dari suatu masalah juga harus dipahami sesuai dengan konteksnya. Permasalahan dalam paradigma *post-positivis* tidak akan ditemukan apabila peneliti hanya mengamati dan membuat jarak dengan obyek penelitian. Hal tersebut karena dalam paradigma *post-positivis* terdapat unsur emosi, perilaku, dan perasaan yang dapat dimengerti dan dipahami apabila peneliti terlibat langsung dan merasakan sendiri kenyataan yang terjadi sebenarnya. Dalam kaitannya dengan penelitian ini paradigma *post-positivis* berfungsi untuk menggambarkan lebih dalam bagaimana penampilan menjadi sebuah komunikasi non-verbal para perempuan dalam dunia pekerjaan.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam usaha mendapatkan data, menemukan tujuan, menemukan jawaban dari masalah-masalah dan manfaat yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya, maka metode yang peneliti gunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif berbeda dengan metode penelitian kuantitatif. Dalam penelitian dengan metode kuantitatif, seorang peneliti harus menjaga jarak terhadap masalah yang sedang ditelitinya. Misalnya, ketika menebarkan angket/kuesioner atau mewawancarai, seorang peneliti kuantitatif tidak diperkenankan memberikan arahan jawaban kepada responden yang

menjadi sumber informasi penelitian. Seorang peneliti kuantitatif betul-betul mengandalkan instrumen penelitiannya yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya. Sementara dalam penelitian dengan metode kualitatif, justru seorang peneliti menjadi instrumen kunci. Apabila teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipasi, peneliti terlibat sepenuhnya dalam kegiatan informan kunci yang menjadi subjek penelitian dan sumber informasi penelitian.³⁰

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, karena penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan wawancara mendalam (*In-depth Interview*), dengan kata lain penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai sesuatu yang sedang berlangsung dengan cara membandingkan antara landasan teori dengan keadaan aktual di lapangan.

Metode kualitatif dianggap sesuai dengan penelitian ini, karena peneliti ingin menggambarkan bagaimana penampilan menjadi sebuah komunikasi non-verbal para perempuan dalam dunia pekerjaan. Dengan digunakan pendekatan kualitatif, maka data yang didapat akan lebih lengkap serta lebih mendalam sehingga tujuan penelitian ini dapat tercapai, dan dapat ditemukan data yang bersifat proses kerja, perkembangan suatu kegiatan, deskripsi yang luas dan mendalam, perasaan, norma, keyakinan,

³⁰ Elvinaro Ardianto, *metodelogi penelitian untuk public relation kuantitatif dan kualitatif*, Bandung: simiosa rekutama media. Hal: 58

sikap mental, etos kerja dan budaya yang dianut seorang maupun sekelompok orang dalam lingkungan kerjanya.³¹

C. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian dalam penelitian ini bertujuan untuk menghindari kesalah-pahaman dalam menginterpretasikan dan memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian ini. Maka dari itu peneliti membuat batasan-batasan masalah sehingga tidak membuat penelitian lebih luas. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu peneliti memfokuskan kepada perempuan yang menggunakan penampilannya sebagai cara berkomunikasi dalam melamar pekerjaan dan peneliti menggunakan pekerja perempuan seperti sekretaris perusahaan, *supervisor*, dan beberapa perusahaan untuk dijadikan penelitian mengenai pembahasan penampilan yang dijadikan komunikasi non-verbal.

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data yang dikumpulkan, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian lapangan perorangan, kelompok dan organisasi³² dan didapat melalui wawancara secara langsung dengan key informan. Sedangkan menurut Bungin (2009) data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atas data

³¹ Sugiyono. 2006. Statistika Untuk Penelitian Bandung: Alfabeta

³² Rosady Ruslan, *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*, PT. Raja Grafindo, Jakarta. 2004, Hal 29.

yang kita butuhkan³³. Dalam penelitian ini data sekunder adalah informan pendukung, yang dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi.

Adapun yang menjadi sumber data adalah melalui wawancara kepada perempuan yang sesuai dengan kriteria dalam informan penelitian sedangkan data sekunder adalah informan pendukung.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi.

a. Wawancara

Menurut Berger dalam buku Rachmat Kriyantono (2006), menyatakan wawancara adalah percakapan antara periset atau seseorang yang berharap mendapatkan informasi dan *informan* atau seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.³⁴

Wawancara sendiri terbagi menjadi dua yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur (mendalam). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara terstruktur dan wawancara mendalam untuk memperoleh informasi dan gambaran

³³Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Kencana Predana Grup, Jakarta. 2009. Hal 122.

³⁴ Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta . Kencana Prenada Media Group.

mengenai Penampilan Sebagai Komunikasi Non-verbal Perempuan Dalam Ruang Publik.

Adapun pedoman wawancara terlampir. Wawancara juga dibedakan menjadi wawancara individual dan wawancara kelompok. Wawancara individual adalah wawancara yang dilakukan dengan memberikan sederetan pertanyaan sistematis kepada individu responden. Sedangkan wawancara kelompok adalah wawancara dengan sederetan pertanyaan sistematis kepada beberapa individu atau kelompok secara serentak, baik dalam *setting* formal maupun informal.³⁵ Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada perempuan yang sedang melamar pekerjaan serta pewawancara dari perusahaan yang bersangkutan sebagai sumber informasi penelitian.

b. Dokumentasi

Menurut Djarm'an Satori dalam bukunya Metode Penelitian Kualitatif menjelaskan bahwa studi dokumentasi adalah mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. Dokumentasi adalah instrument pengumpulan data yang sering dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuesioner atau

³⁵ Denzin, Norman K. & Yvona S. Lincoln. *Handbook of Qualitative Research* Terjemahan oleh Dariyanto dkk. Yogyakarta. Pustaka Pelajar. 2009.

wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi.

Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dalam penelitian ini, studi dokumentasi yang digunakan sebagai data tambahan berupa dokumen foto saat melakukan wawancara dengan informan.

3. Informan Penelitian

Menurut Sugiyono (2012), penentuan sampel atau *informan* dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum. Dalam penelitian ini peneliti menentukan *informan* dengan teknik *purposive sampling* yakni, teknik pengambilan *informan* sumber data berdasarkan pertimbangan tertentu, artinya memilih dengan narasumber yang benar-benar mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan.³⁶

Informan adalah seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek.³⁷ Dalam melakukan wawancara mendalam maka diperlukan beberapainforman yang dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait dengan penelitian ini. Kriteria informan penelitian yang akan menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari:

³⁶ Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2012.

³⁷ Kriyantono, Rachmat. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group. 2006.

- a. Pelamar pekerjaan di perusahaan
- b. Berjenis kelamin perempuan
- c. Pemilihan informan berdasarkan penampilan yang dirasa berbeda dengan pelamar biasanya
- d. Pemilihan informan merupakan perwakilan

Menurut Meleong, Milles, at al yang dikutip dari buku Elvianaro Ardianto mengemukakan pada penelitian ini ada dua macam informan, yaitu:³⁸

a) Informan Kunci (*Key Informan*)

Key informan adalah narasumber inti dalam penelitian ini. *Key informan* penting dalam sebuah penelitian sebab lebih mengetahui banyak informasi dari penelitian yang akan peneliti lakukan. *Key informan* dalam penelitian adalah:

1. Septi

Pewawancara para pelamar pekerjaan pada perusahaan yang menggunakan kualifikasi penampilan dalam penerimaan pegawai perempuannya.

b) Informan

- 1) Audiah (Pelamar Pekerjaan)
- 2) Siti Ayesha (Pelamar Pekerjaan)
- 3) Annisa (Pelamar Pekerjaan)

³⁸ Ardianto, Elvianaro & Q-Aneess, Bambang. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Sambiosa Rekatama Media. 2007.

Informan yaitu orang yang dianggap tahu atau memberi bantuan dan dapat memberi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian tetapi tidak lebih dari *informan* kunci.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.³⁹

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan langkah-langkah seperti yang dikemukakan oleh Burhan Busnigin, yaitu sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Kegiatan pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara dan studi dokumentasi.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data, diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, menulis memo dan sebagainya dengan maksud menyisihkan data/informasi yang tidak relevan.

³⁹ Bogdan, R C & Biklen, S K 1982. *Qualitative Research For education. Introduction to Theory and Methods*: Boston. Allyn and Bacon

3. Display Data

Display data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif. Penyajiannya juga dapat berbentuk matrik, diagram, tabel dan bagan.

4. Verifikasi dan Penegasan Kesimpulan (*Conclusion Drawing and Verification*)

Setelah data-data tersebut di interpretasikan, maka di tarik kesimpulannya berdasarkan apa yang telah di jelaskan. Kesimpulan tersebut merupakan intisari dari hasil penelitian dari permasalahan yang di teliti oleh penulis. Selain itu juga memberikan saran-saran untuk kebijakan selanjutnya.

Dikarenakan penelitian ini bersifat deskriptif, maka peneliti akan menjabarkan hasil penelitian dalam bentuk kata-kata dan gambaran, bukan angka-angka. Dalam metode penelitian kualitatif, temuan atau data yang dinyatakan sesuai apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

E. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif yaitu temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Tetapi kebenaran realitas data menurut penelitian kualitatif tidak bersifat tunggal,

tetapi jamak dan tergantung pada konstruksi manusia, dibentuk dalam diri seseorang sebagai hasil proses mental tiap individu dengan berbagai latar belakangnya. Menurut penelitian kualitatif, suatu realitas itu bersifat majemuk/ganda, dinamis atau selalu berubah, sehingga tidak ada yang konsisten, dan berulang seperti semula.⁴⁰

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pemeriksaan triangulasi yang merupakan salah satu teknik dari empat kriteria yaitu kepercayaan (*creadibility*) untuk memeriksa keabsahan data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Denzin (1978) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan orang-orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi antar pribadi yang menggunakan penampilan nya sebagai pesan/symbol dalam berkomunikasi. Wawancara dilakukan dengan sumber-sumber yang telah dikategorikan, sehingga dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini.

F. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mendatangi langsung informan dan mewawancarai dengan secara mendalam baik itu secara formal maupun informal.

⁴⁰ Sugiyono. 2009. Memahami *Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta

Tabel 3.1

Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
1	ACC Judul	■										
2	BAB 1		■									
3	BAB II		■	■								
4	BAB III		■	■								
5	BAB IV				■	■	■	■	■	■	■	■
6	BAB V									■	■	■
7	ACC Sidang											■

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian

Pada bab ini peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang “Penampilan Sebagai Komunikasi Non-Verbal Perempuan dalam Dunia Pekerjaan”. Hasil data dan penelitian berupa wawancara mengenai bagaimana pengelolaan kesan yang dilakukan perempuan dengan menggunakan penampilan mereka sebagai media komunikasi non-verbal pada saat mereka melamar pekerjaan dan citra diri yang perempuan tunjukkan melalui penampilannya. Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara mendalam dengan informan utama dalam bentuk observasi secara langsung dan data yang sudah terkumpul kemudian di analisis. Analisis ini sendiri terfokus pada penampilan yang dikomunikasikan para perempuan yang dikaitkan kepada beberapa unsur atau identifikasi masalah. Agar peneliti ini lebih obyektif dan akurat. Selain itu juga peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan pendukung.

Peneliti juga menggunakan tipe penelitian kualitatif untuk melihat kondisi alami yang terjadi. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman dan menggambarkan realitas yang kompleks. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan didasari oleh orang atau

perilaku yang diamati. Pendekatannya diarahkan pada latar individu secara utuh. Jadi, tidak dilakukan proses isolasi pada objek penelitian kedalam variabel atau hipotesis. Tetapi memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Tempat yang peneliti datangi selama observasi yaitu di suatu perusahaan yang menyelenggarakan penerimaan pekerja dengan sistem *walk in interview* secara terbuka, selanjutnya peneliti memilih perusahaan yang bergerak pada bidang kecantikan yaitu *Iglow Beauty Center* karena perusahaan tersebut menyelenggarakan kegiatan penerimaan karyawan baru atau *walk in interview* secara terbuka. Perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 2017 di kota Serang ini dipilih oleh peneliti karena dilihat sesuai dengan pembahasan yang peneliti akan teliti, karena pada iklan lowongan pekerjaan yang di terbitkan, perusahaan tersebut mencantumkan persyaratan yang berkaitan dengan penampilan para pelamar pekerjaannya, terutama para pelamar pekerja perempuan.

Gambar 4.1

Logo perusahaan *Iglow Beauty Center*



Gambar 4.2

Iklan lowongan pekerjaan Iglow Beauty Center



Untuk tahap analisis, yang dilakukan peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk wawancara, pengumpulan data, dan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti. Untuk mengetahui sejauh mana informasi yang diberikan informan penelitian, peneliti menggunakan beberapa tahap :

1. Pertama, menyusun draft pertanyaan wawancara berdasarkan dari unsur-unsur kredibilitas yang akan ditanyakan kepada narasumber atau informan.
2. Kedua, melakukan wawancara dengan informan.
3. Ketiga, melakukan dokumentasi langsung di lapangan untuk melengkapi data-data yang berhubungan dengan penelitian.
4. Keempat, memindahkan data penelitian yang berbentuk daftar dari semua pertanyaan yang diajukan kepada informan.

5. Kelima, menganalisis hasil data wawancara yang telah dilakukan.

Agar pembahasan lebih sistematis dan terarah maka peneliti membagi dalam tiga pembahasan yaitu :

1. Analisis deskriptif identitas informan
2. Analisis deskriptif hasil penelitian
3. Pembahasan peneliti

B. Deskriptif Data

1. Data Informan

Berikut adalah informan-informan penelitian yang diwawancarai oleh peneliti guna mendapatkan data untuk dianalisis mengenai penampilan sebagai komunikasi non-verbal perempuan dalam ruang pekerjaan.

1) Informan I



Nama : Audiah

Umur : 22 tahun

Karna umumnya pelamar pekerjaan menggunakan atasan berwarna putih serta bawahan berwarna hitam, namun Audiah sendiri pada saat pelamaran pekerjaan menggunakan celana bahan berwarna hitam dan baju atasan semi kemeja berwarna merah maroon yang terkesan cerah serta dipadukan dengan celana bahan berwarna hitam yang formal dan pemakaian kerudung berwarna hitam.

2) Informan II



Nama : Annisa

Umur : 24 tahun

Saat mengikuti *walk in interview*, Annisa menggunakan atasan bercorak yang memiliki dominan warna pink muda kemudian di padukan dengan celana katun yang berwarna cream, Annisa juga menggunakan kerudung berwarna merah dan kacamata dengan *frame* berwarna hitam dan polesan *make-up* sederhana dengan *blush on* berwarna pink muda serta olesan lipstick nude pada bibirnya.

3) Informan III



Nama : Siti Ayesha

Umur : 22 tahun

Pada *walk in interview*, Siti Ayesha menggunakan kemeja polos berwarna biru tua serta menambahkan pemakaian syal berwarna hitam yang dimana warna syal tersebut disesuaikan dengan warna celana yang ia pakai, lalu penggunaan kerudung dengan warna yang senada dengan syal yang ia gunakan juga menambah kesan keserasian warna dan tidak begitu mencolok.

2. Profil Informan Kunci

1. Nama : Septi

Umur : 26 Tahun



Septi adalah seorang *Head Beautician* di perusahaan *Iglow Beauty Center*, Septi adalah orang yang mewawancarai para pelamar pekerjaan. Pada saat mewawancarai para pelamar, Septi menggunakan pakaian semi batik yang dipadukan dengan kerudung berwarna hitam, namun pakaiannya tertutup oleh jas putih yang dimana jas tersebut ia gunakan pada saat bekerja.

3. Deskripsi Data

Pada pembahasan ini peneliti akan memaparkan berbagai hal yang terjadi di lapangan berdasarkan dengan hasil sebenarnya yang ditemukan dan dirasakan oleh peneliti berkaitan dengan judul peneliti yaitu “Konstruksi Performa Perempuan Dalam Dunia Pekerjaan”. Berbagai data yang peneliti peroleh di lapangan berkaitan dengan

pengelolaan kesan (*impression management*) para perempuan dengan penampilannya, disusun dan dialokasikan sebagai suatu hasil dari penelitian dengan mengkombinasikan berbagai temuan tersebut dengan data-data tambahan lainnya. Pemaparan proses penelitian ini dirasa penting sebagai jawaban yang ingin disampaikan peneliti dalam upaya menentukan arah penelitian dengan memberikan berbagai temuan di lapangan.

Peneliti melakukan wawancara secara langsung pada informan dan juga pada informan kunci untuk melengkapi data penelitian. Wawancara dilakukan dengan bertemu langsung dengan informan dan informan kunci di area perusahaan yang sedang menyelenggarakan *walk in interview*.

Berikut adalah tabel data hasil penelitian yang diwawancarai oleh peneliti untuk mendapatkan data untuk di analisis mengenai “Konstruksi Performa Perempuan Dalam Dunia Pekerjaan”.

Tabel 4.1

No.	Komponen	Aspek	Deskripsi
1.	Lingkungan	- Lingkungan Kerja pada Perusahaan <i>Iglow Beauty Center</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berkerja dalam sektor jasa 2. Pelayanan kecantikan dan kulit 3. Mayoritas pegawainya adalah perempuan

		- Lingkungan Kerja para Informan	Dalam lingkungan pekerjaan, mayoritas informan adalah perempuan yang belum pernah bekerja sebelumnya, namun satu diantaranya yaitu informan Siti Ayesha, dirinya pernah bekerja di salah satu kantor dinas di wilayah Serang sebagai pekerja honorer.
		- Status Sosial / Masyarakat	Status sosial para informan berada pada posisi menengah kebawah.
2.	Target / sasaran untuk pengelolaan kesan	- Sosial / Masyarakat	<p>Ketiga Informan tidak menjadikan ranah sosial dan masyarakat sekitarnya sebagai target atau sasaran dalam pengelolaan kesan menggunakan penampilannya. Karena mayoritas informan tidak menggunakan penampilan yang sama seperti pada saat mereka berada dalam lingkungan pekerjaan atau pada saat melamar pekerjaan. Seperti pada informan Annisa , ia menggunakan pakaian formal dalam berpenampilannya hanya saat walk-in-interview ini. Dalam kesehariannya, para informan tidak menggunakan pakaian formal yang sama seperti saat ini.</p> <p><i>“engga, kalau setiap hari ya pakai baju biasa aja ga se rapih dan se formal ini...”</i></p> <p>Dan menurut penuturan informan Audiah dan Siti Ayesha, mereka kerap memerhatikan penampilan mereka, bukan hanya pada saat walk-in-</p>

			<p>interview saja. Karena dalam penuturan Siti Ayesha, dirinya juga memikirkan bagaimana pandangan masyarakat terhadap penampilannya.</p> <p><i>“setiap hari ya saya berpakaian yang menurut saya layak dan pantas. Pantas dalam mata lingkungan, orang lain. Sesuai norma masyarakat..”</i></p>
--	--	--	--

		<p>- Pengelolaan kesan di lingkungan kerja</p>	<p>Dalam lingkungan pekerjaan, ketiga informan menjadikan perusahaan atau pewawancara mereka sebagai target <i>audience</i> dalam pengelolaan kesan mereka. Para informan menggunakan penampilan yang formal yang meliputi kemeja, celana bahan berwarna hitam, sepatu pantovel pada saat <i>walk in interview</i> hingga mereka menggunakan make up yang natural yaitu dengan menggunakan blush on tipis berwarna pink muda, lipstick berwarna nude dan tidak mencolok. Hal tersebut dilakukan guna mendapatkan <i>feedback</i> yang baik mengenai kesan utama mereka.</p> <p><i>“...tapi karna ini sedang walk-in-interview ya saya pakai pakaian yang menurut saya formal. Kan berharap akan adanya feedback positive berawal dari penampilan saya ini”</i></p>
--	--	--	--

Dalam ruang lingkup lingkungan terbagi dalam tiga aspek yakni dalam aspek lingkungan pekerjaan yang meliputi lingkungan pekerjaan pada perusahaan Iglow *Beauty Center*, lingkungan pekerjaan para pelamar pekerjaan dan lingkungan sosial masyarakat para pelamar pekerjaan. Pada ruang lingkup lingkungan pekerjaan pada perusahaan, perusahaan Iglow adalah perusahaan yang berjalan dalam sektor jasa, yakni pada pelayanan kecantikan dan kulit, para

pegawai pada perusahaan tersebut mayoritas pegawainya adalah perempuan.

Dalam lingkungan pekerjaan para pelamarnya, mayoritas informan adalah perempuan yang belum pernah bekerja sebelumnya, namun satu diantaranya yaitu informan III, dirinya pernah bekerja di salah satu kantor dinas di wilayah Serang sebagai pekerja honorer. Status sosial para informan berada pada posisi menengah kebawah.

Selanjutnya dalam pengelolaan kesan, para pelamar pekerjaan memiliki target atau sasaran dalam mengelola kesannya. Dalam komponen target atau sasaran ini terdapat dua aspek didalamnya yakni sasaran pengelolaan kesan di ruang lingkup sosial masyarakat dan di lingkungan kerja tepatnya di *Iglow Beauty Center*.

Ketiga Informan tidak menjadikan ranah sosial dan masyarakat sekitarnya sebagai target atau sasaran dalam pengelolaan kesan menggunakan penampilannya. Karena mayoritas informan tidak menggunakan penampilan yang sama seperti pada saat mereka berada dalam lingkungan pekerjaan atau pada saat melamar pekerjaan. Seperti pada informan II, ia menggunakan pakaian formal dalam berpenampilannya hanya saat *walk-in-interview* ini. Dalam kesehariannya, para informan tidak menggunakan pakaian formal yang sama seperti saat ini.

“engga, kalau setiap hari ya pakai baju biasa aja ga se rapih dan se formal ini...”

Dan menurut penuturan informan I dan III, mereka kerap memperhatikan penampilan mereka, bukan hanya pada saat walk-in-interview saja. Karena dalam penuturan informan III, dirinya juga memikirkan bagaimana pandangan masyarakat terhadap penampilannya.

“setiap hari ya saya berpakaian yang menurut saya layak dan pantas. Pantas dalam mata lingkungan, orang lain. Sesuai norma masyarakat.”

Dalam lingkungan pekerjaan, ketiga informan menjadikan perusahaan atau pewawancara mereka sebagai target *audience* dalam pengelolaan kesan mereka. Para informan menggunakan penampilan yang formal yang meliputi kemeja, celana bahan berwarna hitam, sepatu pantovel pada saat *walk in interview* hingga mereka menggunakan make up yang natural yaitu dengan menggunakan blush on tipis berwarna pink muda, lipstick berwarna nude dan tidak mencolok. Hal tersebut dilakukan guna mendapatkan *feedback* yang baik mengenai kesan utama mereka.

“...tapi karna ini sedang walk-in-interview ya saya pakai pakaian yang menurut saya formal. Kan berharap akan adanya feedback positive berawal dari penampilan saya ini”

Tabel 4.2

No.	Komponen	Aspek	Deskripsi
1.	Penampilan Muka <i>(Proper Front)</i>	- <i>Setting</i>	<p>Para Informan menggunakan serangkaian peralatan ruang dan benda pada saat walk in interview adalah dengan media penampilan mereka. Penampilan tersebut meliputi pakaian, make-up, sepatu dan aksesoris lainnya.</p> <p>Mayoritas informan menyatakan memilih penampilan sebagai media setting yakni karna penampilan adalah media yang paling mudah di lihat oleh oranglain pada saat bertemu secara tatap muka.</p> <p><i>“...kalau penampilan adalah media paling mudah di lihat malah yang pertama kali orang lihat dan dari situ bisa menjadi kesan pertama kita mba. Dan sebuah kesan itu penting apalagi saat interview kerja seperti ini. Dan menurut saya, kesan pertama itu akan meninggalkan efek atau dampak yang kuat bahkan membekas...”</i></p>
		- Penampilan	<p>Menurut para informan, penampilan seorang perempuan yang berkarir dan sebagai suatu citra diri yang tampak dari luar sangat memang erat kaitannya dengan pakaian atau artibut yang di tampilkannya. Pakaian berperan besar dalam menentukan citra seseorang. Penggunaan penampilan juga dipilih sesuai dengan keadaan dan kondisi yang akan di hadapi. Seperti pada penuturan informan Annisa, dirinya tidak luput dari penyesuaian dalam berpenampilan. Menurutnya,</p>

			<p>dengan menjadikan penampilan sebagai media penunjukan citra diri juga harus adanya penyesuaian berpenampilan pada tempat yang didatangi.</p> <p><i>“...kalau saya dengan cara menyesuaikan jadi penampilan menyesuaikan tempat juga”</i></p> <p>Penyesuaian berpenampilan ini juga dilakukan para kedua informan lainnya, karena mayoritas informan tersebut hanya menggunakan pakaian serta atribut formal hanya pada saat-saat tertentu. Saat <i>walk in interview</i>, ketiga informan menggunakan pakaian formal yang meliputi pemakaian celana bahan berwarna hitam, sepatu pantovel, kemeja, blouse formal, dan juga adanya pemilihan kesesuaian warna.</p>
		<p>- Sikap (<i>Manner</i>)</p>	<p>Dalam melakukan pelamaran pekerjaan, para informan juga menyatakan adanya sikap (<i>manner</i>) yang berbeda dengan sikap mereka pada saat diluar ranah pekerjaan. Peneliti mendapati jawaban dari para informan, mereka menyatakan bahwa memang adanya perbedaan sikap yang mereka lakukan pada saat <i>walk in interview</i>. Salah satunya, peneliti dapati dari pernyataan informan Audiah.</p> <p><i>“Pada saat walk in interview ini, saya sebisa mungkin bersikap sangat baik dan berusaha jangan</i></p>

			<p>sampai membuat para pewawancara ilfeel dengan sikap saya. Karna menurut saya, bagaimana kita bersikap dihadapan oranglain juga dapat mempengaruhi bagaimana pandangan dan penilaian orang tersebut terhadap kita.”</p>
--	--	--	---

Dalam melakukan pengelolaan kesan, terdapat syarat-syarat pengelolaan kesan menurut Goffman yakni dalam komponen penampilan muka (*proper front*) terdapat tiga aspek yaitu unsur *setting* (serangkaian peralatan ruang dan benda yang di gunakan), *appearance* (penggunaan petunjuk artifaktual), dan *manner* (gaya bertingkah laku).

Para Informan menggunakan serangkaian peralatan ruang dan benda pada saat walk in interview adalah dengan media penampilan mereka. Penampilan tersebut meliputi pakaian, make-up, sepatu dan aksesoris lainnya.

Mayoritas informan menyatakan memilih penampilan sebagai media setting yakni karna penampilan adalah media yang paling mudah di lihat oleh oranglain pada saat bertemu secara tatap muka.

“...kalau penampilan adalah media paling mudah di lihat malah yang pertama kali orang lihat dan dari situ bisa menjadi kesan pertama kita mba. Dan sebuah kesan itu penting apalagi saat interview kerja seperti ini. Dan menurut saya, kesan pertama itu akan meninggalkan efek atau dampak yang kuat bahkan membekas.”

Pada aspek penampilan, Menurut para informan, penampilan seorang perempuan yang berkarir dan sebagai suatu citra diri yang tampak dari luar sangat memang erat kaitannya dengan pakaian atau atribut yang di tampilkan. Pakaian berperan besar dalam menentukan citra seseorang. Penggunaan penampilan juga dipilih sesuai dengan keadaan dan kondisi yang akan di hadapi. Seperti pada penuturan informan II, dirinya tidak luput dari penyesuaian dalam berpenampilan. Menurutnya, dengan menjadikan penampilan sebagai media penunjukan citra diri juga harus adanya penyesuaian berpenampilan pada tempat yang didatangi.

“...kalau saya dengan cara menyesuaikan jadi penampilan menyesuaikan tempat juga”

Penyesuaian berpenampilan ini juga dilakukan para kedua informan lainnya, karena mayoritas informan tersebut hanya menggunakan pakaian serta atribut formal hanya pada saat-saat tertentu. Saat *walk in interview*, ketiga informan menggunakan pakaian formal yang meliputi pemakaian celana bahan berwarna hitam, sepatu pantovel, kemeja, blouse formal, dan juga adanya pemilihan kesesuaian warna.

Pada bagian *manner* (gaya bertingkah laku) atau sikap dalam melakukan pelamaran pekerjaan, para informan juga menunjukkan sikap (*manner*) yang berbeda dengan sikap mereka pada saat diluar ranah pekerjaan. Peneliti mendapati jawaban dari para informan, mereka menyatakan bahwa memang adanya perbedaan sikap yang

mereka lakukan pada saat walk in interview. Salah satunya, peneliti dapat dari pernyataan informan I.

“Pada saat walk in interview ini, saya sebisa mungkin bersikap sangat baik dan berusaha jangan sampai membuat para pewawancara ilfeel dengan sikap saya. Karna menurut saya, bagaimana kita bersikap dihadapan oranglain juga dapat mempengaruhi bagaimana pandangan dan penilaian orang tersebut terhadap kita.”

C. Pembahasan

Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana perempuan menggunakan penampilannya sebagai komunikasi non-verbal dalam konteks dunia pekerjaan terutama saat melamar pekerjaan. Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi non-verbal dan metode kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi.

Wawancara mendalam dengan informan dilakukan untuk mencari data dan dokumentasi langsung dilapangan. Dalam wawancara tersebut, peneliti mendapatkan data atau informasi berupa bagaimana pengelolaan kesan para perempuan yang menampilkan penampilannya guna mendapatkan sebuah kesan atau citra.

Pada wawancara mendalam, peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan untuk diajukan kepada *key* informan dan informan pendukung. Data yang didapat dari hasil wawancara diperoleh dari tiga orang pelamar pekerjaan. Adapun daftar pertanyaan dan jawaban terlampir di dalam lampiran. Hasil

wawancara langsung yang didapatkan melalui informan merupakan sebuah data primer dan sumber pokok penelitian, sedangkan hasil data observasi selama penelitian merupakan data sekunder. Data yang diperoleh dari wawancara langsung kepada informan dan hasil dari observasi dikategorikan sesuai dengan identifikasi masalah.

Data yang diperoleh mengenai pengelolaan kesan dilakukan para pelamar terjawab dengan jelas, sehingga dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini. Setelah data terkumpul dan proses penyusunan yang diperlukan selesai, peneliti menjabarkan hasil penelitian mengenai citra perempuan melalui penampilan dan pengelolaan kesan.

1. Penampilan sebagai Citra

Penampilan seseorang, terutama bagi para perempuan yang berkarir menjadi suatu hal yang sangat penting. Penampilan bagi sebagian perempuan merupakan ekspresi diri dan wujud dari citra diri yang nampak dari luar. Penampilan menjadi semakin penting dari waktu ke waktu dengan segala perubahan dan penyesuaiannya sebagai media mengkomunikasikan sesuatu atau penyampaian suatu maksud. Segala bentuk penampilan dalam ranah realitas sosial yang muncul ke permukaan pastinya juga akan melahirkan bentuk-bentuk respon sosial dan respon kultural yang terus berkembang.

Penampilan dalam bentuk pakaian, perhiasan, perilaku, dan penandaan simbol lainnya secara harfiah memang menjadi kebutuhan elementer yang tidak bisa dielakkan oleh siapapun, karena dari sisi

psikologis atau kejiwaan manusia sendiri sebagaimana pernyataan William Thomas seorang sosiolog pragmatis (psikologisosial) Amerika, menyatakan bahwa memang terdapat kebutuhan naluriah dari setiap orang terhadap lingkungan sosialnya untuk merasa diakui, dihargai, dan dianggap ada sebagai unsur yang sangat mendasar bagi manusia.

Penampilan digunakan sebagai pengungkapan identitas diri seseorang dan sebagai media dalam menciptakan kesan pertama yang baik di hadapan orang lain, karena penampilan adalah hal pertama yang kita tunjukkan dan di lihat orang lain apalagi pada saat melakukan pelamaran pekerjaan. Karna pada saat kegiatan pelamaran pekerjaan penilaian pertama adalah bagaimana penampilan yang ditunjukkan para pelamar yang datang, maka peneliti melihat para pelamar sangat memperhatikan bagaimana penampilan mereka.

Dalam hal ini, peneliti juga mendapati bahwa penampilan bisa menunjukkan bagaimana diri seseorang. Namun, dari ketiga informan, masing-masing memiliki pesan yang berbeda-beda. Para pelamar pekerjaan ingin menunjukkan diri yang baik dimata pewawancara pada saat interview kerja saat ini. Mereka ingin menunjukkan bahwa melalui penampilan yang di kenakan, mereka ingin terlihat sebagai perempuan yang kompeten dan siap bekerja. Dari hasil penelitian peneliti, dalam berpenampilan juga harus disiapkan, karena dengan melalui penampilan yang di tunjukan, bertujuan guna mencapai citra diri yang

baik dan terlihat menjadi seseorang yang kompeten dan siap bekerja. Namun, hal tersebut juga tidak dengan sembarang atribut di tunjukkan di hadapan orang lain. Karena hal tersebut harus benar-benar mempersiapkan bagaimana dirinya ingin dilihat dan dinilai oleh orang lain terutama oleh pihak perusahaan yang akan didatangi.

Penampilan kini sangat bisa menjadi media dalam menunjukkan citra diri. Namun juga tidak luput dari penyesuaian dalam berpenampilan. Peneliti melihat, dengan menjadikan penampilan sebagai media penunjukan citra diri juga harus adanya penyesuaian berpenampilan pada tempat yang didatangi dan hal tersebut dapat terlihat dari bagaimana para pelamar pekerjaan berupaya ingin menunjukkan citra diri yang menarik dimata pewawancara. Untuk itu, dengan penampilannya para pelamar ingin dilihat sebagai pribadi yang profesional dan kompeten dengan melakukan penyesuaian dalam pemilihan pakaian dan atribut-atribut lain pada penampilannya.

Gambar 4.3

Contoh Pakaian Pada Saat Melamar Pekerjaan



Hal serupa juga peneliti dapati bahwa penampilan bisa menjadi media dalam menunjukkan citra diri. Dalam hal ini, salah satu pelamar

pekerjaan pada *Iglow Beauty Center* ini juga memiliki citra diri yang hendak dirinya capai, yakni ingin menunjukkan bahwa dirinya adalah perempuan yang independent dan perempuan yang dapat berjuang dalam dunia pekerjaan. Karena dengan begitu peneliti melihat akan mudah untuk mendapatkan pekerjaan, dengan upaya yang dilakukan yakni dengan menunjukkan bagaimana penampilan yang digunakan pada saat melamar pekerjaan, bagaimana ia berbicara pada saat berhadapan dengan pihak perusahaan seperti dengan menunjukkan bahwa ia memiliki wawasan yang luas, bisa berkomunikasi menggunakan bahasa asing dan lainnya. Menurut Stuart (1995), citra diri adalah sikap seseorang terhadap tubuhnya secara sadar, sikap ini mencakup persepsi dan perasaan tentang ukuran, bentuk, fungsi, penampilan, potensi tubuh saat ini dan masa lalu yang berkesinambungan dimodifikasi dengan pengalaman yang baru⁴¹, untuk itu para perempuan khususnya dalam ruang lingkup pekerjaan harus pandai-pandai menata penampilannya. Tidak mudah memang, namun baik buruknya dalam hal penampilan ini sangat berpengaruh pada citra diri.

Alasan pemilihan penampilan sebagai media berkomunikasi non-verbal untuk mengungkapkan citra diri para pelamar pekerjaan inipun ditemui oleh peneliti. Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti, sebagian besar para pelamar pekerjaan mengungkapkan bahwa mereka memilih penampilan sebagai media untuk

⁴¹ G.W, Stuart & Laria, *Principle and practice of psychiatric nursing*. St. Louis: Mosty Company, 1995.

menampilkan citra dirinya karena penampilan adalah media yang paling mudah untuk menjadi media pengungkapan citra diri seseorang dan pemilihan penampilan sebagai media pengungkapan citra diri seseorang juga karena melalui penampilan adalah hal yang paling mudah. Penampilan dapat dilihat secara langsung dan tanpa menggunakan perantara apapun alias dengan mata telanjang.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara kepada para pelamar pekerjaan yang peneliti lakukan, peneliti juga menanyakan perihal penampilan sebagai media untuk menunjukkan citra diri kepada pewawancara dari perusahaan *Iglow Beauty Center*. Menurut key informan, dirinya membenarkan bahwa penampilan bisa mencerminkan citra diri seseorang. Karena orang tersebut pastinya akan memikirkan terlebih dahulu konsep tampilan dirinya terhadap orang lain guna mencapai penilaian atau pencitraan yang sesuai dengan yang diharapkannya.

Penampilan seorang perempuan yang berkarir dan sebagai suatu citra diri yang tampak dari luar sangat memang erat kaitannya dengan pakaian atau atribut yang di tampilkan. Pakaian berperan besar dalam menentukan citra seseorang. Pakaian menjadi cermin identitas sosial, status sosial, stratifikasi sosial, gender, dan ekspresi diri, dan seterusnya. Pakaian dapat berfungsi sebagai ekspresi diri. Dalam konteks ini, ekspresi diri dikaitkan dengan sisi afeksi dari kehidupan seperti keceriaan, kegembiraan, kesedihan, kegalauan, kegundahan,

kesakitan, dan sebagainya. Sepanjang kajiannya meliputi ekspresi diri dipandang sebagai suatu konstruksi sosial. Dengan kata lain, suatu ekspresi diri termasuk suatu kajian sosiologi bila seseorang mengekspresikan diri mempertimbangkan reaksi orang lain dalam suatu konteks interaksi sosial. Dalam kehidupan sehari-hari orang mengekspresikan diri mereka lewat penggunaan warna dan potongan pakaian.

Senada dengan hal tersebut, Burns (1993) mengatakan bahwa citra diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri sebagai makhluk yang berfisik, sehingga citra diri sering dikaitkan dengan karakteristik-karakteristik fisik termasuk di dalamnya penampilan seseorang secara umum, ukuran tubuh, cara berpakaian, model rambut dan pemakaian kosmetik.⁴²

Terdapat banyak sekali makna yang dapat diungkapkan melalui penampilan. Apabila masyarakat biasa menganggap bahwa pakaian sebatas pada pemenuhan subsistensi dasar, lain lagi makna penampilan khususnya bagi para perempuan yang melakukan pelamaran pekerja tersebut. Mereka menganggap penampilan sebagai bagian dari keseluruhan diri seseorang, menjelma menjadi sarana yakni sarana dalam berkomunikasi secara tidak langsung dengan orang lain, sebagai ekspresi diri yang dimana hal tersebut dapat menjadi sebuah cara dalam menunjukkan siapa diri orang tersebut,

⁴²Burns, R. B. Konsep Diri: Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku. 1993. Jakarta: Penerbit Arcan.

image building, dan sebagai profesionalisme terhadap dirinya yang akan berdampak pada nasib pekerjaannya. Berdasarkan penuturan di atas, yang menjadi penekanan bagi para perempuan terhadap pemahaman tentang penampilan mereka bahwa penampilan adalah media yang mudah dalam mengungkapkan citra diri mereka dan penampilan sangat mempengaruhi karakter mereka sebagai perempuan yang memiliki potensi baik dihadapan pewawancara.

Maka dari keseluruhan ini, peneliti mendapati bahwa penampilan dapat menjadi media komunikasi non-verbal dalam menunjukkan citra diri seseorang. Dan sebagian para pelamar pekerjaan ini menggunakan media penampilan tersebut sebagai media menunjukkan citra dirinya.

2. Pengelolaan Kesan melalui Penampilan

Impression Management atau yang lebih dikenal dengan istilah pengelolaan kesan sering kali dilakukan oleh orang-orang yang memiliki profesi dan dituntut untuk memiliki *self image* yang positif. Salah satu profesi tersebut adalah para pekerja di perusahaan-perusahaan yang pegawainya akan berhadapan langsung dengan klien.

Impression management tidak lepas dengan kondisi dalam *front* dimana terdapat *audience* yang melihat, seorang individu berusaha memainkan peran dengan baik agar orang yang melihat memahami tujuan dari individu tersebut. Goffman kemudian membagi *front* personal yang terdiri dari *appearance* dan *manner*. Keduanya

berfungsi untuk menunjukkan status sosial seseorang berdasarkan tampilan dirinya.

Selain itu ada *appearance* dan *manner*, keduanya digunakan untuk memaksimalkan peran yang dimainkan dalam situasi tertentu menjadi bagian dari manajemen kesan. *Appearance* atau penampilan meliputi berbagai jenis barang yang mengenalkan pada status sosial seseorang. Penampilan juga dapat membentuk karakter dan memberikan petunjuk bagaimana orang akan berpikir mengenai diri kita. Dalam penampilan untuk mendukung pertunjukannya meliputi pakaian, *make up* dan lainnya. *Manner* atau gaya mengenalkan kepada penonton, peran apa yang diharapkan aktor untuk dimainkan pada situasi tertentu. Melalui gaya yang menunjukkan cara seseorang berinteraksi terdapat suatu upaya untuk membuat orang lain membentuk kesan tertentu. *Manner* terdiri dari gerak tubuh, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh.

Penampilan di anggap bisa menjadi media pengelolaan kesan seseorang di hadapan orang lain. Hal tersebut jug peneliti dapati dari hasil observasi dan wawancara yang dimana bahwa penampilan bisa menjadi media pengelolaan kesan bagi seseorang. Untuk itu, dalam hal ini juga para pelamar pekerjaan menggunakan penampilannya sebagai upaya pengelolaan kesan nya dihadapan pewawancara Iglow *Beauty Center*. Para pelamar pekerjaan menggunakan penampilannya sebagai pengelolaan kesan karena menurutnya penampilan adalah

media yang paling mudah di lihat oleh orang lain dan melalui penampilan pula bisa menimbulkan kesan.

Penampilan digunakan dalam pengelolaan kesan juga karena penampilan adalah hal yang paling pertama di lihat oleh orang lain sebelum orang lain melihat sikap atau kepribadian seseorang. Dan dalam *walk in interview* ini, para pelamar pekerjaan ini menggunakan penampilannya untuk menciptakan kesan yang terlihat baik dan terkesan sebagai perempuan yang mandiri dan juga melalui penampilan, efek atau dampak pengelolaan kesannya lebih cepat. Karna melalui penampilan dapat memberikan kesan pertama dari orang lain yang melihatnya.

Terutama dalam kegiatan pelamaran pekerjaan, peneliti mendapati dari mayoritas informan juga mengungkapkan bahwa menurut mereka dengan menggunakan pakaian yang mereka pakai pada saat *walk in inteview* ini, para informan merasa mampu memberikan kesan yang lebih positif dan baik terhadap pewawancara kerja. Dari penemuan peneliti, dengan menggunakan pakaian formal seperti celana bahan berwarna hitam, atasan dengan warna dan motif yang tidak mencolok, dapat menimbulkan kesan yang baik.

Dari hasil observasi dan wawancara peneliti dapati bahwa para pelamar pekerjaan pada *walk in interview* di *Iglow Beauty Center* ini menggunakan penampilannya untuk melakukan pengelolaan kesan di hadapan pewawancara dan perusahaan *Iglow Beauty Center* pada saat

walk in interview berlangsung. Peneliti juga melihat bahwa pemilihan penampilan sebagai media pengelolaan kesan pun karena para pelamar pekerjaan merasa bahwa penampilan adalah sesuatu yang tampak dari luar serta media yang paling utama di lihat oleh orang lain dan dari hal tersebut dapat menciptakan sebuah kesan pertama mengenai diri pengguna dan orang lain yang melihat. Hal ini juga dibenarkan oleh informan kunci, Septi, sebagai pewawancara pada *walk in interview* ini, ia mengatakan bahwa dengan penampilan itu seseorang bisa mendapatkan kesan pertama terutama bagi pewawancara dan perusahaan Iglow *Beauty Center*.

Bagi seorang perempuan terutama dalam dunia kerja dan kegiatan *walk in interview* biasanya dalam berpenampilan tidak hanya asal saja berpenampilan, ada alasan-alasan tertentu mengapa perempuan berpenampilan seperti saat ini. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti menanyakan alasan penggunaan pakaian atau atribut para informan pada *walk in interview* saat ini. Pertama, peneliti menanyakan kepada para pelamar pekerjaan mengapa dirinya memilih berpenampilan seperti sekarang ini. lalu peneliti dapati bahwa dengan penampilannya saat ini, mereka lebih merasa percaya diri karna menurutnya pada saat *walk in interview* seperti ini penampilan akan menjadi nilai tambah bagi pelamar kerja dan menurut mereka penampilan juga bisa menunjukkan bagaimana kesan diri mereka, berpenampilan seperti saat ini juga semata-mata hanya untuk saat

melakukan interview kerja. Dengan penampilannya pada saat ini, para pelamar bertujuan untuk mencapai penilaian baik dan sopan di mata pewawancara atau perusahaan *Iglow Beauty Center*. Menggunakan pakaian dan atribut lainnya pada hari ini juga karena sesuai dengan iklan lowongan pekerjaan yang di sebarakan oleh perusahaan *Iglow Beauty Center* yang tidak mengharuskan pelamar pekerjaannya menggunakan pakaian hitam putih. Maka mereka menggunakan pakaian yang mereka kreasikan sendiri dengan tujuan menciptakan kesan menarik di hadapan pewawancara dan perusahaan *Iglow Beauty Center*. Informan Siti Ayesha juga memperhatikan penggunaan make-up karena menurutnya para pewawancara akan melihat wajahnya saat menjawab pertanyaan.

Setelah mendapatkan pemaparan dari ketiga informan, peneliti memutuskan untuk menanyakan kepada informan kunci, pewawancara pada *walk in interview* di *Iglow Beauty Center* ini, Septi. Peneliti menanyakan tentang bagaimana penilaian menurut pandangan Septi mengenai penampilan para pelamar pekerjaan yang hadir hari ini di *walk ininterview* pada *Iglow Beauty Center*. Septi mengungkapkan bahwa penampilan para pelamar pekerjaan pada saat ini terlihat baik dan ber-variasi.

Menurut Goffman, *Impression Management* erat kaitannya dengan sebuah permainan drama, dimana aktor pelakunya dibentuk oleh lingkungan dan target penontonnya. Tujuannya tak lain ialah

untuk memberikan penonton sebuah kesan yang konsisten yang dilandasi tujuan yang diinginkan oleh aktor itu sendiri⁴³. Terkait hal itu, lingkungan kini berpengaruh terhadap bagaimana seseorang berpenampilan.

Selain dorongan dari dalam diri seseorang, lingkungan pun berpengaruh dalam berpenampilan. Hal tersebut peneliti dapati dari salah satu pelamar pekerjaan pada *walk in interview* ini, yang dimana mereka mengungkapkan bahwa adanya pengaruh lingkungan serta penilaian orang lain terhadap keputusan berpenampilannya. Namuna adanya pengaruh dari orang lain tersebut tidak menjadi pengaruh yang sangat besar bagi mereka. Karena keputusan berpenampilannya adalah keputusan pribadinya dan mereka lebih memilih berpenampilan sesuai kenyamanannya. Para pelamar juga mengungkapkan bahwa penilaian orang lain, hanya berpengaruh kecil baginya dalam berpenampilan.

Menurut Dedy Mulyana, dengan mengelola informasi yang kita berikan kepada orang lain, maka kita akan mengendalikan pemaknaan orang lain terhadap diri kita. Hal itu digunakan untuk memberi tahu kepada orang lain mengenai siapa kita.⁴⁴ Tindakan yang dilakukan oleh individu tersebut merupakan bagian dari manajemen kesan untuk menjaga citra diri dan berusaha sebisa mungkin untuk menghindari menjadikan citra tersebut tidak ideal⁴⁵. Dengan penampilan juga bisa menampilkan kesan atau penilaian tersendiri. Dapat di ibaratkan

⁴³ Goffman, E. 1959. *The Presentation of Self in Everyday alife*. Harmondworth: Penguin

⁴⁴ Mulyana, Dedy. 2001. *Pengantar Sosiologi Komunikasi*: Prenada Media Group. Hal 112

⁴⁵ *Ibid*. Hal 113

dengan menunjukkan pemakaian barang dan atribut-atribut mewah atau dengan *brand* yang *high class* pada tubuh kita, hal tersebut saja sudah bisa membangun pandangan orang lain terhadap diri kita bahwa kita adalah orang yang mampu secara ekonomi dan finansial. Peneliti juga melihat hal tersebut pada salah satu pelamar pekerjaan, penggunaan pakaian yang terlihat modern dan *stylish* pun memperlihatkan bagaimana seseorang membangun kesan sebagai perempuan yang *modern* dan *independent*.

Peneliti mendapati pernyataan dari salah satu informan mengenai pemilihan warna, pakaian dan atribut-atribut lainnya juga yakni dapat mempengaruhi penilaian pada dirinya. Pada saat peneliti lihat, informan tersebut menggunakan pakaian yang didominasi warna biru dan hitam. Hal tersebut dilakukan karena pelamar tersebut juga mengetahui makna dari warna biru adalah ketenangan, dan menurutnya hal tersebut bisa berpengaruh kepada kesan yang akan ia ciptakan dan penilaian dirinya dalam pandangan perusahaan atau pewawancara.

Terlihat dari pemaparan yang peneliti dapati, peneliti melihat dalam berpenampilan ini para informan melakukan beberapa upaya. Upaya juga dilakukan dalam pengelolaan kesan (*impression management*), seperti dengan mempersiapkan penampilannya dengan baik sebelum melakukan *walk in interview* ini, dengan melakukan pemilihan warna, memikirkan model pakaian yang akan ia kenakan,

bahkan penyesuaian atribut- atribut lain seperti tas dan sepatu juga ia persiapkan. Hal- hal tersebut di lakukan guna menimbulkan kesan yang baik dan sesuai dengan yang di harapkan dari penunjukan penampilannya tersebut. Namun lain dengan pelamar lainnya, salah satu pelamar peneliti temui tidak melakukan upaya-upaya tertentu dalam mengelola kesan ini yakni hanya menyesuaikan penampilannya sesuai dengan situasi yang akan ia hadapi. Dilihat dari hasil wawancara peneliti kepada para informan mengenai upaya dalam pengelolaan kesan melalui penampilan ini nampaknya hanya pada satu informan yang dimana dirinya tidak melakukan upaya-upaya tertentu.

Adapula dampak dari upaya melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) dengan menggunakan penampilan ini. Yakni mendapatkan dampak yang positive karena dengan mengelola kesan dirinya di hadapan pewawancara. Dengan menunjukan penampilan pada hari ini dengan pemakaian baju yang bermotif dan pepaduan warna yang baik. Sehingga, para pelamar merasa bahwa dirinya di lihat sebagai orang yang professional dan perempuan dengan penampilan yang tidak mencolok namun tetap *good looking*.

Dalam beberapa perusahaan sudah menerapkan standar bagi penampilan karyawannya. Karena tidak bisa di pungkiri, saat ini penampilan sudah menjadi bagian yang tidak bisa di pisahkan dari kehidupan masyarakat modern dalam dunia pekerjaan terutama pada saat pelamaran pekerjaan. Di benarkan oleh pernyataan infroman

kunci yang mengatakan bahwa penampilan sangat penting bagi para pelamar pekerjaan sangat penting karena biasanya bagi perusahaan tersendiri memiliki penilaian-penilaian khusus meliputi penampilan para pelamarnya.

Selanjutnya peneliti melihat dari sisi perusahaan, pengelolaan kesan pada saat kegiatan *walk in interview* ini juga penting. Karena pengelolaan kesan itu penting untuk menunjukkan sesuatu mengenai diri seseorang dihadapan orang lain terutama kesan di hadapan pewawancara. Karena, dengan memperlihatkan kesan utama yang baik dari seorang pelamar juga akan menimbulkan sebuah pertimbangan dari perusahaan untuk memberikan penilaian yang berbeda. Dari sisi perusahaan *Iglow Beauty Center* juga menekankan bahwa penilaian penampilan serta menunjukkan kesan yang baik di hadapan pewawancara dan perusahaan bisa menjadi pertimbangan di terima atau tidaknya seorang pelamar di perusahaan *Iglow Beauty Center*. Karena perusahaan *Iglow Beauty Center* sendiri adalah perusahaan yang bekerja pada bidang pelayanan kecantikan. Sehingga, calon karyawan nya harus memiliki penampilan dan kesan yang baik, bersih, rapih supaya bisa memberikan cerminan kepada klien.

Terdapat banyak sekali makna yang dapat diungkapkan melalui penampilan meminjam salah satu pernyataan Malcom Bernard dalam bukunya *fashion as communication* rasanya tidaklah salah. Apabila

masyarakat biasa menganggap bahwa pakaian atau penampilan hanya sebatas pada pemenuh substensi dasar, lain halnya lagi bagi para pekerja khususnya juga para pelamar pekerjaan pada perusahaan *Iglow Beauty Center* ini. Mayoritas dari mereka, menganggap penampilan sebagai keseluruhan dari tiap-tiap seseorang, menjelma menjadi sarana, ekspresi diri, image building, dan bahkan sebagai profesionalisme terhadap pekerjaannya.

Dari hasil observasi dan wawancara peneliti dengan para informan baik informan kunci maupun informan pendukung, peneliti dapati bahwa penampilan memang kerap digunakan sebagai media pengelolaan kesan para pelamar pekerjaan khususnya para perempuan serta kini perusahaan pun memiliki indikator penilaian tersendiri terhadap penampilan dan kesan yang perusahaan dapati dari para pelamar. Penampilan memang tidak dapat menentukan kepribadian seseorang secara keseluruhan, tapi penampilan dapat digunakan sebagai kesan pertama yang baik. Berada dalam lingkungan pekerjaan yang bergerak dalam bidang kecantikan khususnya, adalah menjadi perhatian yang sangat penting.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Citra Perempuan di Tampilkan melalui Penampilan Saat Melamar Pekerjaan

Para informan berhasil menunjukkan diri sebagai pribadi yang profesional dan kompeten pada bidang pekerjaan saat melakukan pelamaran pekerjaan, karena pada saat pelamaran pekerjaan para informan menggunakan pakaian-pakaian yang formal seperti dengan penggunaan celana bahan berwarna hitam, kemeja dan *blouse*, sepatu pantovel, penggunaan *Make-Up* dan juga dengan pemilihan atribut-atribut yang digunakan juga berdasarkan makna warna, corak dan lainnya. Serta para informan menunjukkan sikap dengan gaya berbicara yang lebih intelektual, sopan dan santun serta berwawasan luas. Sehingga penampilan yang mereka tunjukkan juga dapat menjadikan citra simbolik mereka dalam dunia pekerjaan. Penampilan (*appearance*) yang terjadi sebagai upaya untuk mencerminkan dirinya sebagai individu yang memiliki identifikasi atau identitas yang ingin mereka konstruksikan dan menjadikan citra tentang diri mereka melalui penampilan sebagai individu yang profesional dan memiliki kompetensi lebih karena penampilan (*appearance*) dijadikan simbol profesionalisme mereka.

2. Pengelolaan Kesan (*Impression Management*) Perempuan saat Melamar Pekerjaan

Penampilan digunakan oleh para perempuan pelamar pekerjaan di Iglow *Beauty Center* sebagai media untuk melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) dirinya terhadap pewawancara atau perusahaan dengan berhasil menciptakan sebuah kesan utama (*first impression*) melalui petunjuk artifaktual seperti ekspresi wajah, pakaian dan atribut lainnya yang terlihat pada saat *walk-in-interview* dan pula melalui gaya bertingkah laku (*manner*) seperti cara bagaimana mereka berbicara, memandang dan lainnya.. Para pelamar pekerjaan juga memilih menggunakan penampilan (*appearance*) sebagai media pengelolaan kesan dengan melakukan penyesuaian dengan lingkungan dan kondisi yang di hadapi.

B. Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan suatu masukan berupa saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah permasalahan ini adalah :

1. Saran Teoritis

Sebaiknya para peneliti dapat membuat penelitian yang lebih menarik dan dapat dijadikan referensi bagi para peneliti selanjutnya agar

para peneliti di Indonesia semakin kreatif dan kaya ilmu dan juga diharapkan dapat mencari cara-cara yang baru dan yang lebih menarik dalam meneliti penelitian yang sama sehingga terdapat ilmu baru. Pengamatan mengenai pengelolaan kesan (*impression management*) melalui penampilan disarankan dapat lebih spesifik dan mendalam dalam pembahasan. Untuk memperjelas data yang di peroleh, disarankan untuk lebih membaca referensi-referensi dari berbagai literatur baik buku dalam negeri maupun luar negeri sebagai tambahan yang lebih luas dan mendalam.

2. Saran Praktis

Setelah penelitian ini selesai, diharapkan para pelamar pekerja perempuan dapat lebih mengevaluasi penampilannya untuk berada di ruang lingkup pekerjaan mereka masing-masing, sehingga bisa menjadi jauh lebih baik lagi. Dan dengan adanya penelitian ini diharapkan para pelamar pekerjaan dapat lebih memahami dan memaknai penampilannya tersebut.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang dapat membantu perbaikan skripsi ini, sangat peneliti harapkan. Pada kesempatan ini peneliti juga ingin menyampaikan bahwa skripsi ini peneliti dedikasikan untuk diri peneliti pribadi serta ucapan terima kasih atas segala dukungan, bantuan dan bimbingannya dalam proses penelitian serta penyusunan skripsi ini kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat yang berlimpah.
2. Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Bapak Dr. Agus Sjafari, S.Sos., M.Si.
3. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Ibu Dr. Rahmi Winangsih M.Si.
4. Sekertaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Bapak Darwis Sagita M. I.Kom.
5. Dosen pembimbing akademik, Ibu Andin Nesia, S.I.K., M.Ikom.
6. Dosen Pembimbing I skripsi, Ibu Uliviana Restu H, S.Sos., M.Si, yang memberikan arahan serta masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Dosen Pembimbing II skripsi, Ibu Andin Nesia, S.I.K., M.Ikom., yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tua, Mamah Susi Marlina dan Ayah Dedy Mulyadi terimakasih atas do'a dan dukungan moril dan materil.
9. Untuk teman – teman ku yang spesial yang selalu menemani dan mendukung penulis dari awal kuliah hingga saat ini. Teman-teman seperjuangan, yang

selalu menjadi penghibur setia, motivator dan selalu membantu saat peneliti kesulitan dalam pengerjaan skripsi, Diana Elwansyah, Faidah Rosida, dan terutama Amaniyah dan A.Dzikri Afrihadi, S.I.kom. Terimakasih banyak.

10. Untuk Muhamad Iqbal, S.I.kom yang telah membantu memfasilitasi laptop, memberikan semangat, dukungan, waktu, kesetiaan dan kesabaran dalam pembuatan skripsi ini.
11. Untuk saudara ku yang selalu mendukung serta memberikan supportnya selalu Annisa Nur Utami S.H dan yang paling utama M. Faizal Fajar, S.I.kom
12. Keluarga besar WTF dan FOA
13. Untuk keluarga konsentrasi Humas 2014 terimakasih telah menjadi teman sekelas dan teman seperjuangan selama diperkuliahan.
14. Keluarga besar mahasiswa ilmu komunikasi UNTIRTA angkatan 2014 juga mahasiswa UNTIRTA lainnya yang mau menerima peneliti sebagai teman, terima kasih atas perkenalan, persahabatan dan pengalaman yang berkesan selama perkuliahan.
15. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvianaro & Q-Aneess, Bambang, 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Sambiosa Rekatama Media
- Bogdan, R C & Biklen, S K 1982. *Qualitative Research For education. Introduction to Theory and Methods*: Boston. Allyn and Bacon
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Kencana Predana Grup, Jakarta, 2009, Hal 122.
- Burns, R. B. 1993. *Konsep Diri: Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku*. Jakarta: Penerbit Arcan.
- Cahyaningrum, Dewojati. 2012. *Drama Sejarah, Teori dan Penerapannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Danesi, Marcel.2011. *Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutera.
- Denzin, Norman K. & Yvona S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research* Terjemahan oleh Dariyanto dkk. Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Dr. Farid Hamid U., M.Si. *Pakaian: Studi Komunikasi Artifaktual*.
- Effendi, onong 1994.*Ilmu komunikasi: Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung. hlm. 55
- Effendi, onong 2003.*Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Citra Aditya Bakti,Bandung, hal. 55
- Elvianaro Ardianto, *metodelogi penelitian untuk public relation kuantitatif dan kualitatif*, bandung: simiosa rekatama media. Hal: 58
- G.W, Stuart & Laria. 1995.*Principle and practice of psychyatric nursing*. St. Louis: Mosty Company.
- Harding, Kimberly. *A Woman Space: The Power Of Woman's Body*. CreateSpace Independent Publishing Platform. 2016
- Iqbal, Mochamad, 2017. *Presentasi Diri Model Pakaian Dalam Wanita G-String Di Kota Bandung*. Bandung : Universitas Komputer Indonesia
- Jennifer Claik. *The Face Of Fashion: Cultural Studies In Fashion*. Routledge: New York. 1993. Hal 1

- Johson, Doyle Paul. 1990. *Teori Sosiologi: Klasik dan Modern* jilid II. Terj. oleh Lawang, Robert M.Z. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Hal 4-5.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta . Kencana Prenada Media Group
- Kusumastuti, 2006. *Lesan Sebuah Fenomena Kesenian Pesisir: Kajian Interaksi Simbolik antara Pemain dan Penonton*. FBS UNNES
- Malcolm Barnard. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Jalasutra: Yogyakarta. 2011. Hal Vi
- Morrisan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Mulyana, Deddy, 2000, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung. hal. 237
- Mulyana, Deddy dan Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007. Hal 83
- Nafriandi. 2016. Jurnal: *Perempuan Di Ruang Publik Dalam Perspektif Hadis*. IAIN Batusangkar.
- Nugraha, Rahmadya P, 2016. *Fashion Sebagai Pencitraan Diri Dan Identitas Budaya*.
- Onong Uchjana Effendy. 2006. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (PT Remaja Rosdakarya, Bandung), hal 9.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*, PT. Raja Grafindo, Jakarta. 2004, Hal 29.
- Rukmawati, Deni Ria Dan Dzulkarnain Iskandar, 2015. Jurnal: *Konstruksi Kecantikan Di Kalangan Wanita Karir (DI Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan)*, Universitas Trunojoyo Madura.
- Sugiyono. 2006. *Statistika Untuk Penelitian Bandung*: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suprpto, Riyadi. 2002. *Interaksionisme Simbolik*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Syata, Novitalista, 2012. *Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa dalam Prespektif Fenomenologi*, PDF. Makassar : Universitas Hasanuddin
- Thomas Khun. 1970. *The structure of Scientific Revolutions*

Trisnawati, Tri Yulia, 2011. *Fashion* sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. Semarang : Universitas Semarang.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Grasindo

LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apa alasan anda memilih berpenampilan seperti saat ini seperti menggunakan celana bahan, pakaian formal dst? (pakaian yang informan pakai pada saat wawancara)
2. Menurut anda, apakah dengan menggunakan pakaian tersebut (pakaian yang dibahas pada pertanyaan no 1), anda merasa mampu memberikan kesan yang lebih positif/baik terhadap pewawancara kerja?
3. Apa yang ingin anda komunikasikan melalui penampilan yang anda tunjukkan?
4. Apakah dengan menggunakan pakaian yang anda gunakan saat ini anda merasa menjadi orang yang professional / kompeten?
5. Apakah dengan penampilan ini anda merasa memiliki kompetensi yang lebih di bandingkan dengan pelamar lainnya?
6. Apakah dengan penggunaan warna (yang sedang informan pakai) membuat anda menjadi lebih percaya diri?
7. Apakah penampilan bisa menyampaikan sesuatu mengenai diri seseorang? Mengapa?
8. Apakah anda berpenampilan seperti ini setiap harinya? (Jika iya mengapa, jika tidak mengapa)
9. Apakah penilaian orang lain berpengaruh dengan keputusan berpenampilan anda?

10. Apakah menurut anda penampilan bisa menunjukkan siapa diri kita (citra diri) kepada orang lain?
11. Citra diri seperti apa yang anda ingin tampilkan?
12. Apakah menurut anda penampilan bisa menjadi media pengelolaan kesan dimata orang lain?
13. Apakah penampilan ini juga adalah upaya anda untuk mengelola kesan di hadapan pewawancara / perusahaan?
14. Selain sebagai media penunjukan citra / identitas diri, mengapa melalui penampilan anda ingin mengelola kesan di hadapan pewawancara / perusahaan?
15. Seperti apa upaya anda dalam mempersiapkan penampilan anda sebelum bertemu dengan pewawancara / perusahaan?
16. Apakah ada perbedaan sikap (manner) yang anda tunjukan di hadapan para pewawancara?
17. Apakah anda merasa adanya dampak positif bagi diri anda setelah melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) dengan menggunakan penampilan anda dalam kegiatan melamar pekerjaan?

PERTANYAAN INFORMAN KUNCI

1. Bagaimana penilaian anda terhadap penampilan para pelamar pekerjaan yang hadir pada *walk in interview* hari ini?
2. Apakah menurut anda penampilan seseorang dapat mengkomunikasikan dirinya?
3. Apa pesan/makna yang anda tangkap dari sebagian besar penampilan para pelamar pekerjaan yang datang hari ini?
4. Menurut anda, apakah penampilan seorang pelamar pekerjaan sangat penting pada saat melamar pekerjaan / *walk in interview*? Jika iya, mengapa?
5. Menurut anda, apakah penampilan bisa mencerminkan identitas diri / citra diri seseorang?
6. Menurut anda, apakah pengelolaan kesan sangat penting pada saat melamar pekerjaan / *walk in interview*? Jika iya, mengapa?
7. Apakah penampilan berpengaruh dengan keputusan diterima/tidak nya seseorang dalam melamar pekerjaan? Jika iya, mengapa?

TRANSSCRIPT WAWANCARA

Lampiran I

Transscript Wawancara Informan I

Informan merupakan seroang perempuan yang sedang melakukan walk in interview pada perusahaan Iglow Beauty Center dan menggunakan penampilan yang berbeda dari pelamar lainnya.

Nama : Audiah

Usia : 22 tahun

Tanggal Wawancara : 11 September 2018

Alamat :Jl. Bhayangkara Serang

Pertanyaan	Jawaban
1. Kita mulai pertanyaan pertama ya, apa alasan kaka memilih untuk berpenampilan seperti ini dengan menggunakan celana bahan berwarna cream, atasan bercorak sekarang ini?	Oh iya, soalnya ya saya ngerasa PD aja gitu mba dengan penampilan yang begini. Terus kan yang saya tau kalau orang walk in interview gini banyak dinilai dari penampilan juga mba, apa ya kalau kata orang mah nilai plus gitu mba. Udah gitu, menurut saya pribadi, penampilan kita juga kadang bisa nunjukin siapa kita dan bagaimana kesan kita mba.
2. Tapi menurut kaka apakah dengan menggunakan pakaian tersebut kaka merasa mampu memberikan kesan yang lebih positif/baik terhadap pewawancara kerja?	iya mba, kan secara gitu mba sekarang saya pake pakaian formal, pake celana bahan, atasan juga <i>blouse</i> yang tidak mencolok, jadi menurut saya dengan pakai pakaian yang ga sembarangan insya Allah bisa memberikan kesan yang baik.

<p>3. Lalu ada gak hal yang ingin kaka komunikasikan melalui penampilan kaka ini?</p>	<p>Ada dong mba, kalau ga ada saya ga mungkin mempersiapkan penampilan saya begini apalagi kan ini lagi interview kerja begini.</p>
<p>4. Kalau begitu hal seperti apa kak yang ingin kaka komunikasikan?</p>	<p>Ya lebih ke pembawaan diri gitu mba, jadi kaya misalnya saya tuh pengen nunjukin sama oranglain yang ngeliat saya, kalau saya tuh pantes untuk diterima kerja ya walaupun terkesan saya ke-PeDe-an banget ya. Tapi, ya lewat penampilan yang saya pakai dan tunjukin sekarang ini itu tujuan saya supaya saya bisa di lihat seperti orang yang siap, rapih, malah pengennya saya bisa keliatan kaya orang yang udah professional gitu hehe ya kurang lebih itu sih yang pengen saya komunikasiin ke orang yang lihat penampilan saya saat ini</p>
<p>5. Oh jadi ingin terlihat professional gitu ya, tapi kalau dengan penampilan yang kaka tunjukan hari ini, apa kaka merasa seperti orang yang professional?</p>	<p>Iya mba, ya kalau saya pakenya sendal jepit, baju kusem yang kaya ga pernah dicuci otomatis saya sendiri ngerasa saya asal-asalan banget gitu. Kan saya juga liat-liat dan banyak baca dari internet pakaian gimana sih yang bisa nunjukin profesionalitasnya seseorang tuh apalagi pas lamaran kerja begini</p>
<p>6. Wah begitu ya ka, lalu bagaimana sih kaka bisa memilih melalu berpenampilan lah kaka mengkomunikasikan mengenai diri kaka kepada orang lain?</p>	<p>Karna ini media paling mudah mba untuk menjadi media komunikasi apalagi untuk nunjukin diri saya bagaimana. Kita pake barang mahal aja kadang orang langsung beranggapan kesannya kita itu orang kaya loh, orang branded. Apalagi kan jaman sekarang banyak banget orang yang ngeliat dan nilai kita cuma dari luarnya aja, nah makanya saya pilih lewat penampilan buat nunjukin apa yah citra diri saya gitu mba</p>
<p>7. Oke selanjutnya penilaian orang lain tuh</p>	<p>Iya banget hahaha. Soalnya kan ya balik</p>

berpengaruh ga kak dengan keputusan berpenampilan kaka?	lagi itu, saya pengen di lihat seperti apa dan gimana itukan ya dimata oranglain
8. Baik, lalu kak apakah menurut kaka penampilan itu bisa menunjukkan citra diri anda?	Bisa mba
9. Kalau begitu, ada gak citra diri yang hendak kaka capai dalam hal ini?	Ada. Kalau untuk sekarang, karna lagi interview kerja. Saya ingin citra diri saya baik dimata pewawancara dan kantor ini. Saya ingin di lihat sebagai perempuan yang kompeten, yang siap bekerja karna kan dari bagaimana saya berpenampilan juga apa ya mba, ga asal-asalan gitu. Saya niat mempersiapkan bagaimana saya harus terlihat, dan ya memang citra diri yang ingin saya bentuk hari ini adalah saya harus terlihat sebagai perempuan yang rapih, professional, berani dan sopan gitu
10. Nah kak selanjutnya, apakah menurut kaka penampilan bisa menjadi media pengelolaan kesan dimata orang lain?	Bisa aja
11. Apakah penampilan ini juga adalah upaya kaka untuk mengelola kesan di hadapan pewawancara / perusahaan?	Iya dong mba
12. Selain sebagai media penunjukan citra diri, mengapa melalui penampilan kaka ingin mengelola kesan di hadapan pewawancara / perusahaan?	Karena seperti yang sudah saya bilang sebelumnya, kalau penampilan adalah media paling mudah di lihat malah yang pertama kali orang lihat dan dari situ bisa menjadi kesan pertama kita mba. Dan sebuah kesan itu penting apalagi saat interview kerja seperti ini. Dan menurut saya, kesan pertama itu akan meninggalkan efek atau dampak yang kuat bahkan membekas gitu mba
13. Lalu seperti apa upaya kaka dalam meng-impresi orang lain dengan penampilan kaka?	ya saya mempersiapkan dengan baik, seperti pemilihan warna, model pakaian, atribut lain seperti tas, sepatu dan lainnya juga. Jadi sebelum interview gini, saya

	mikir dulu penampilan gimana sih yang layak saya pakai, yang bisa menimbulkan kesan baik ke saya dan sesuai juga dengan yang saya harapkan gitu.
14. Apakah anda berpenampilan seperti ini setiap harinya? (Jika iya mengapa, jika tidak mengapa)	kalau dengan pakaian formal engga mba, saya gimana situasinya setiap hari kalau untuk main misalnya, saya pakai sandal, kaos, semacamnya tapi tetep sopan ga ngasal mba. Paling kalau formal kaya yang pakai celana bahan, atasan blouse rapih ya hanya untuk kegiatan gini aja mba buat ngelamar kerja gitu.
15. Apakah ada perbedaan sikap (<i>manner</i>) yang anda tunjukan di hadapan para pewawancara?	Ada mba. Pada saat walk in interview ini, saya sebisa mungkin bersikap sangat baik dan berusaha jangan sampai membuat para pewawancara ilfeel dengan sikap saya. Karna menurut saya, bagaimana kita bersikap dihadapan oranglain juga dapat mempengaruhi bagaimana pandangan dan penilaian orang tersebut terhadap kita.
16. Wah begitu ya kak, oke terakhir ya kak. Apa dampak bagi diri kaka setelah melakukan <i>impression management</i> dengan menggunakan penampilan anda dalam kegiatan melamar pekerjaan seperti ini?	Kalau dampak saya diterima atau engga nya belum tau ya mba karna kan baru interview aja disini. Tapi sejauh ini, alhamdulillah respon pewawancara ke saya itu baik bahkan saya dikira udah pernah kerja di kantor-kantor gitu.
17. Oke terimakasih ya ka, mungkin cukup segitu dulu ya pertanyaannya. Nanti kalau ada yang mau di tanyakan lagi boleh ya saya hubungi kaka?	Iya mba sama-sama, boleh nanti hubungi saya. Semoga jawabannya bisa membantu mba nya ya ini

Lampiran 2

Transcript Wawancara Informan II

Informan merupakan seroang perempuan yang sedang melakukan walk in interview pada perusahaan Iglow Beauty Center dan menggunakan penampilan yang berbeda dari pelamar lainnya.

Nama : Annisa

Usia : 24 tahun

Tanggal Wawancara : 11 September 2018

Alamat : Jl. Apel Pemda/Abri Cipocok

Pertanyaan	Jawaban
1. Kita mulai pertanyaan pertama ya, apa alasan kaka memilih untuk berpenampilan seperti ini dengan menggunakan celana bahan berwarna cream, atasan bercorak sekarang ini?	Karna kan sekarang ini suasana nya saya lagi datang untuk interview kerja ya, jadi saya berpenampilan begini untuk dinilai baik, sopan sama atasan saya nantinya.
2. Tapi menurut kaka apakah dengan menggunakan pakaian tersebut kaka merasa mampu memberikan kesan yang lebih positif/baik terhadap pewawancara kerja?	iya, saya rasa sih mampu, karna saya juga memilih pakaian yang memang menurut saya baik dan tidak mengganggu pewawancara. Jadi saya rasa dengan ini saya mampu memberikan kesan positif nya.
3. Lalu ada gak hal yang ingin kaka komunikasikan melalui penampilan kaka ini?	Ada
4. Kalau begitu hal seperti apa kak yang	Kalau dari yang saya pake buat interview

ingin kaka komunikasikan?	hari ini, yang ingin saya sampaikan ya kaya misalnya yang saya pakai ini syal terus warna pakaian juga ga mencolok gini ya saya mau mengkomunikasikan bahwa saya itu pribadi yang ceria gitu karna kan pemilihan warna juga berpengaruh ya kadang sama penilaian penampilan.
5. Wah begitu ya ka, lalu bagaimana sih kaka bisa memilih melalu berpenampilan lah kaka mengkomunikasikan mengenai diri kaka kepada orang lain?	Karna, kan emm sekarang segala sesuatunya di lihat dari luar ya mba ya, jadi yang keliatan dari luar ya apalagi selain pakaian jadi ya saya dimulainya dari pakaian, dari dandanan saya atau makeup nya saya bagaimana. Karna kan dari situ juga kurang lebih orang bisa tau kita tuh bagaimana dan seperti apa nya
6. Oke selanjutnya penilaian orang lain tuh berpengaruh ga kak dengan keputusan berpenampilan kaka?	Pengaruh sih pasti ada ya mba ya, tapi kalau dari saya sih saya sih ada mba pengaruh dari oranglain itu sama gimana penampilan saya tapi gak sebgain besar ya. Karna keputusan berpenampilan saya ya lebih gimana saya gitu mba karna apa yang di kritik orang belum tentu nyaman di saya mba
7. Baik, lalu kak apakah menurut kaka penampilan itu bisa menunjukkan citra diri anda?	Iya, iya banget pokoknya. Tapi kalau saya dengan cara menyesuaikan gitu mba jadi ya penampilan saya menyesuaikan tempat juga
8. Lalu citra diri seperti apa hendak kaka capai dalam hal ini?	Yang penting, kalau saya sih pengennya menarik pasti tapi ga terlalu mencolok jadi intinya kalau dalam hal kondisi lagi melamar kerja ya saya inginnya dibidang professional jadi dalam cara berpakaian saya dari kerapihan, pemilihan warna baju, makeup saya juga menyesuaikan dan ingin terlihat professional sih gitu aja

9. Nah kak selanjutnya, apakah menurut kaka penampilan bisa menjadi media pengelolaan kesan dimata orang lain?	Menurut saya bisa
10. Apakah penampilan ini juga adalah upaya kaka untuk mengelola kesan di hadapan pewawancara / perusahaan?	Iya, termasuk sih mba kedalam upaya kecil saya
11. Selain sebagai media penunjukan citra diri, mengapa melalui penampilan kaka ingin mengelola kesan di hadapan pewawancara / perusahaan?	Karena penampilan yang biasanya orang lihat dulu sebelum sikap atau kepribadian kita. Jadi kaya saya pakai pakaian atau tampilan begini kan karna saya ingin membuat kesan baik, mandiri, ya begitulah
12. Lalu seperti apa upaya kaka dalam meng-impresi orang lain dengan penampilan kaka?	Saya sih gak ribet, gak ada upaya-upaya tertentu. Jadi ya apa adanya aja, Cuma ya situasional paling ya. Nyesuain sama keadaan, lingkungan atau kegiatannya aja gitu penampilan mah.
13. Apakah anda berpenampilan seperti ini setiap harinya? (Jika iya mengapa, jika tidak mengapa)	enggak mba, kalau setiap hari ya pakai baju yang biasa aja. Kaos, jeans, sepatu juga ga pake patovel pakenya sandal, atau flats shoes ya biasa aja ga se rapih ini. tapi karna ini lagi walk-in-interview ya saya pakai pakaian yang menurut saya formal, kan dengan harapan adanya feed-back positive dari si pewawancara yang berawal dari penampilan saya ini.
14. Apakah ada perbedaan sikap (<i>manner</i>) yang anda tunjukan di hadapan para pewawancara?	Pasti berbeda ya, karna kan kita juga harus tau bagaimana sikap yang harus kita tunjukan pada saat melamar pekerjaan. Seperti contohnya ya kita ga mungkin bicara dengan nada tinggi, ngebentak pada saat interview. Ya lebih sopan dan baik.

<p>15. Wah begitu ya kak, oke terakhir ya kak. Apa dampak bagi diri kaka setelah melakukan <i>impression management</i> dengan menggunakan penampilan anda dalam kegiatan melamar pekerjaan seperti ini?</p>	<p>Iya jadi, dampaknya buat saya dalam melakukan pengelolaan kesan ya mba? Jadi dari cara berpakaian saya yang seperti ini, tertutup, rapih jadi dampak buat sayanya juga ya pasti positif karna orang lain berfikir 'oh saya ini orang yang professional dan ga terlalu mencolok' karna baju saya tertutup dan tidak terlalu menonjol juga, jadi ya overall dampaknya baik dan positif ke saya</p>
<p>16. Oke terimakasih ya ka, mungkin cukup segitu dulu ya pertanyaannya. Nanti kalau ada yang mau di tanyakan lagi boleh ya saya hubungi kaka?</p>	<p>Iya boleh nanti hubungi aja lagi</p>

Lampiran 3

Transscript Wawancara Informan III

Informan merupakan seroang perempuan yang sedang melakukan walk in interview pada perusahaan Iglow Beauty Center dan menggunakan penampilan yang berbeda dari pelamar lainnya.

Nama : Siti Ayesha

Usia : 22 tahun

Tanggal Wawancara : 11 September 2018

Alamat : Citra Gading Serang

Pertanyaan	Jawaban
1. Kita mulai pertanyaan pertama ya, apa alasan kaka memilih untuk berpenampilan seperti ini dengan menggunakan celana bahan berwarna cream, atasan bercorak sekarang ini?	Berdasarkan informasi dalam lowongan kerja tidak mengharuskan saya menggunakan hitam putih, disini saya, saya menggunakan make up simple dan minimalis agar para interviewer tidak terkecoh, karena menggunakan pakaian kerja yang sedikit berwarna karena saya ingin terlihat menarik dimata para interviewer, contohnya saya sekarang memakai kemeja berwarna biru, lalu memakai make up yang jelas juga disini saya perhatikan mengapa, karna para interviewer pasti melihat raut muka saya ketika saya menjawab pertanyaanjika saya menggunakan make up yang tebal maka para interviewer akan fokus pada make up saya
2. Tapi menurut kaka apakah dengan menggunakan pakaian tersebut kaka merasa mampu memberikan kesan	iya mba, dengan pemilihan warna saja sudah saya pikirkan jadi saya rasa saya bisa memberikan <i>vibes</i> yang positif untuk para

yang lebih positif/baik terhadap pewawancara kerja?	interviewer
3. Lalu ada gak hal yang ingin kaka komunikasikan melalui penampilan kaka ini?	Ada
4. Kalau begitu hal seperti apa kak yang ingin kaka komunikasikan?	saya mengkomunikasikan personality saya, mostly saya suka warna biru, yang melambangkan ketenangan. Seperti sebuah kata terbilang “blue is the warm colour” dengan saya menggunakan pakaian ini, saya mengkomunikasikan diri saya kepada interviewer bahwa saya adalah orang yang tenang dalam menghadapi masalah
5. Wah begitu ya ka, lalu bagaimana sih kaka bisa memilih melalu berpenampilan lah kaka mengkomunikasikan mengenai diri kaka kepada orang lain?	karena media penampilan bisa menunjang segala aspek dalam mengkomunikasikan mengenai diri saya, dalam penampilan ini saya ingin dilihat oleh oranglain ataupun para interviewer bagaimana saya dalam menjalani hidup, menurut saya media ini sangatlah mudah karena pasti terlihat oleh mata telanjang
6. Oke selanjutnya penilaian orang lain tuh berpengaruh ga kak dengan keputusan berpenampilan kaka?	penilaian orang lain hanya 40% berpengaruh dalam diri saya, selebihnya adalah penilaian dari diri saya sendiri
7. Baik, lalu kak apakah menurut kaka penampilan itu bisa menunjukkan citra diri anda?	Sangat bisa
8. Kalau begitu, ada gak citra diri yang hendak kaka capai dalam hal ini?	Ada, citra diri yang menunjukkan bahwa saya independent dan bisa berjuang dalam dunia sesungguhnya yaitu dimana dunia

	yang mengharuskan semua manusia mendapatkan pendapatan untuk hidup
9. Nah kak selanjutnya, apakah menurut kaka penampilan bisa menjadi media pengelolaan kesan dimata orang lain?	Bisa mba
10. Apakah penampilan ini juga adalah upaya kaka untuk mengelola kesan di hadapan pewawancara / perusahaan?	Iya mba benar
11. Selain sebagai media penunjukan citra diri, mengapa melalui penampilan kaka ingin mengelola kesan di hadapan pewawancara / perusahaan?	Karena lebih mudah dan cepat juga mba efek ke kitanya. Terus kesan itu penting. Paling penting malah, apalagi untuk membentuk kesan pertama pas lagi interview kerja begini. Karena menurut saya juga, kesan itu bisa menciptakan sebuah persepsi di orang lain terhadap diri kita
12. Lalu seperti apa upaya kaka dalam meng-impresi orang lain dengan penampilan kaka?	Upayanya ya paling persiapan sebelum keluar dan sebelum di lihat orang-orang aja sih. Gak yang asal-asalan pakai baju, dan lebih menyesuaikan ke situasinya aja. Kan gak mungkin saya mau interview kerja begini tapi pakai kaos, celana jeans sobek-sobek, nanti yang ada kesan yang timbul dari orang lain yang liat saya bakal jelek, bakal menilai saya kalau saya itu orangnya main-main atau gak ngehargain situasi
13. Apakah anda berpenampilan seperti ini setiap harinya? (Jika iya mengapa, jika tidak mengapa)	Setiap hari ya saya berpakaian yang menurut saya layak dan pantas. Pantas dalam arti pantas dilihat oranglain, pantas di mata masyarakat dan sesuai dengan norma masyarakat yang ada

<p>14. Apakah ada perbedaan sikap (<i>manner</i>) yang anda tunjukkan di hadapan para pewawancara?</p>	<p>Ada, di hadapan para pewawancara saya sebisa mungkin menunjukkan sikap yang baik dan ya berbeda dengan saat saya berhadapan dengan teman-teman saya atau bahkan berbeda dengan saat saya bersama mba ini</p>
<p>15. Wah begitu ya kak, oke terakhir ya kak. Apa dampak bagi diri kaka setelah melakukan <i>impression management</i> dengan menggunakan penampilan anda dalam kegiatan melamar pekerjaan seperti ini?</p>	<p>dampaknya positive, much interviewer melihat saya sebagai wanita bukan sebagai gadis. Karena saya bisa terlihat rapih, sopan, pintar bahkan cerdas dalam satu ruang wadah penampilan. Saya hanya berharap bahwa mereka bukan hanya melihat saya dari luar, tetapi juga melihat saya dari kemampuan saya untuk mendapatkan pekerjaan tersebut</p>
<p>16. Oke terimakasih ya ka, mungkin cukup segitu dulu ya pertanyaannya. Nanti kalau ada yang mau di tanyakan lagi boleh ya saya hubungi kaka?</p>	<p>Baik ka sama-sama</p>

Lampiran 4

Transcript Wawancara Informan Kunci I

Informan merupakan seorang *Head Beautician* yang mewawancara pada *walk in interview* pada perusahaan Iglow Beauty Center.

Nama : Septi

Usia : 25 tahun

Tanggal Wawancara : 11 September 2018

Alamat : Bumi Agung Serang

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana penilaian anda terhadap penampilan para pelamar pekerjaan tersebut?	Penampilan para pelamar kerja hari ini menurut saya baik, mereka bervariasi ya pakaiannya. Walaupun memang ada beberapa pelamar yang menggunakan pakaian standart dalam melamar pekerjaan (hitam putih). Namun sejauh ini saya melihat, mereka semua menggunakan pakaian yang rapih, makeup yang tidak mencolok dan menggunakan perpaduan warna yang baik. <i>Overall</i> penampilan mereka baik.
2. Apakah menurut anda penampilan seseorang dapat mengkomunikasikan dirinya?	Iya bisa, karna terkadang apa yang seseorang pakai, entah bajunya, tasnya bahkan make up nya itu dapat memberikan sedikit kode atau simbol mengenai diri orang tersebut.
3. Apa pesan atau makna yang anda tangkap dari penmpilan beberapa para	Bervariasi ya sebenarnya,saya ambil contoh saja ya. Dari beberapa pelamar

<p>pelamar pekerjaan yang hadir hari ini?</p>	<p>yang menggunakan pakaian yang berwarna terang, menurut saya pribadi itu bagus karna mereka mungkin mencoba mengungkapkan diri mereka. Seperti yang kita ketahui, arti warna-warna yang terang juga bisa menyimbolkan keceriaan. Atau contoh lainnya, pelamar yang menggunakan pakaian formal seperti rok span, blazer hitam, sepatu pantovel itu saya melihat bahwa ada sebuah kesiapan namun terkesan monoton bagi saya pribadi. Akan tetapi, saya menangkap pesannya ya itu, mereka berusaha menunjukkan bahwa mereka siap untuk bekerja disini. Kurang lebih seperti itu.</p>
<p>4. Baik, selanjutnya menurut anda apakah penampilan sangat penting bagi para pelamar pekerjaan?</p>	<p>Iya sangat. Karena setiap wawancara seperti ini perusahaan memiliki penilaian khusus untuk penampilan, kerapihan tersebut. Lalu penampilan juga penting karna bisa memberikan kesan tersendiri di hadapan pewawancara yang melihatnya.</p>
<p>5. Oke, lalu apakah menurut anda penampilan bisa mencerminkan citra diri seseorang?</p>	<p>Iya bisa, karna seperti pemilihan warna baju apa yang akan dipakai, make up seperti apa yang akan di tampilkan itu awalnya dari penilaian pribadi mereka terhadap diri mereka. Mereka pasti memikirkan konsep penampilan seperti apa yang mau mereka tampilkan atau yang mereka citra kan guna mendapat penilaian yang sesuai seperti yang mereka inginkan. Misalnya mereka ingin terlihat seperti orang kaya mereka akan memilih memakai atribut yang <i>branded</i> dan terlihat mewah, atau dalam konteks pekerjaan, mereka yang ingin di nilai sebagai orang yang berpengalaman, bahkan professional mereka akan memilih pakaian yang tidak mencolok, rapih, bersih, wangi yang dimana mereka ingin</p>

	mem- <i>branding</i> diri meka bahwa mereka sangat memikirkan penampilan mereka.
6. Menurut anda, apakah pengelolaan kesan sangat penting pada saat melamar pekerjaan / <i>walk in interview</i> ? Jika iya, mengapa?	Iya, sangat penting. Karena tiap orang yang ingin menunjukkan kesan pada dirinya pastilah akan menunjukkan sesuatu yang baik agar kesannya baik juga. Dan kalau awalnya saja kita sudah melihat kesan yang baik dari orang tersebut, pastilah orang tersebut mendapatkan nilai plus di mata kami para pewawancara atau perusahaan. Kan kalau awalnya aja sudah membuat kesan kurang baik di hadapan kami, ya kami juga pasti akan lebih banyak pertimbangan untuk memilih atau tidaknya orang tersebut.
7. Apakah penampilan bisa berpengaruh dengan keputusan diterima atau tidaknya seseorang dalam melamar pekerjaan?	Sangat bisa. Sama seperti kesan tadi, penampilan juga sangat berpengaruh dengan keputusan dia diterima atau engganya pada pekerjaan ini, apalagi ini perusahaan yang berkaitan dengan kecantikan jadi karyawan atau calon karyawanpun harus menunjukkan kerapihan penampilannya bahkan wajah yang bersih serta terawat mau tidak baik karyawan maupun therapist disini harus mencerminkan diri yang baik dan terawat. Hal itu juga kan bisa berdampak dengan citra perusahaan ini sendiri. Jadi itu sangat di jadikan pertimbangan.
8. Oke terimakasih atas ketersediaan waktunya untuk menjawab beberapa pertanyaan saya, mungkin cukup segitu dulu. Nanti kalau sekiranya ada yang mau di tanyakan lagi boleh ya saya hubungi?	Oh iya sama-sama. Boleh, nani hubungi saja atau bisa langsung datang kemari ya.

DOKUMENTASI







DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Alif Nanda Ayu

Alamat : Jl. Mangga I block C/24 Komp.Pemda Cipocok
Jaya

Nomor Telepon : 087784050218

Email : anandaayuu06@gmail.com

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat Kelahiran : Serang

Tanggal Kelahiran : 06 Oktober 1995

Umur : 23 Tahun

Warga Negara : Indonesia

Status Pernikahan : Belum Menikah

Agama : Islam

Pendidikan Formal

No	Tahun	Uraian	Keterangan
1	2002-2008	SD Islam Al-Azhar 10 Serang	Lulus
2	2008-2011	SMP Islam Al-Azhar 11 Serang	Lulus
3	2011-2014	SMAN 2 Kota Serang	Lulus
4	2014	Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	Sedang Berjalan

Pengalaman Organisasi

No	Tahun	Uraian
1	2014	Paguyuban Duta Kampus Untirta
2	2015	Simpatisan Front Aksi Mahasiswa (FAM)
3	2017	DPM Fisip Untirta Periode 2017