



BAB II

TELAAH PUSTAKA



A. Landasan Teoritis

1. Pengertian Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi orang-orang secara langsung, baik verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2008 : 73). Komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi di dalam diri sendiri, di dalam diri manusia terdapat komponen - komponen komunikasi seperti sumber, pesan, saluran penerima dan balikan. Dalam komunikasi interpersonal hanya seorang yang terlibat. Pesan mulai dan berakhir dalam diri individu masing-masing. Komunikasi interpersonal mempengaruhi komunikasi dan hubungan dengan orang lain. Suatu pesan yang dikomunikasikan, bermula dari diri seseorang (Agus M. Hardjana, 2003 : 158).

Setelah melalui proses interpersonal tersebut, maka pesan-pesan disampaikan kepada orang lain. Komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran informasi antara seseorang dengan seseorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. Dengan bertambahnya orang-orang yang terlibat dalam komunikasi menjadi bertambah komplekslah komunikasi tersebut (Agus M. Hardjana, 2003 : 158).

Komunikasi antar pribadi juga didefinisikan sebagai komunikasi yang terjadi diantara dua orang yang mempunyai hubungan yang terlihat jelas diantara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mereka, misalnya percakapan seorang ayah dengan anak, sepasang suami istri, guru dan murid, dan lain sebagainya. Dalam definisi ini setiap komunikasi baru dipandang dan dijelaskan sebagai bahan-bahan yang terintegrasi dalam tindakan komunikasi antar pribadi (Devito, 2011 : 231).

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pentingnya suatu komunikasi interpersonal ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialogis. Dialog adalah bentuk komunikasi antar pribadi yang menunjukkan terjadinya interaksi. Mereka yang terlibat dalam komunikasi bentuk ini berfungsi ganda, masing-masing menjadi pembicara dan pendengar secara bergantian. Dalam proses komunikasi dialogis nampak adanya upaya dari para pelaku komunikasi untuk terjadinya pergantian bersama (*mutual understanding*) dan empati. Dari proses ini terjadi rasa saling menghormati bukan disebabkan status sosial melainkan didasarkan pada anggapan bahwa masing-masing adalah manusia yang berhak dan wajib, pantas dan wajar dihargai dan dihormati sebagai manusia.

Komunikasi interpersonal dibandingkan dengan komunikasi lainnya, dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini dan perilaku komunikan. Alasannya karena komunikasi ini berlangsung tatap muka, oleh karena dengan komunikasi itu terjadilah kontak pribadi (*personal contact*), yaitu pribadi anda menyentuh pribadi komunikan. Ketika menyampaikan pesan, umpan balik berlangsung seketika (*immediate feedback*) mengetahui pada saat itu tanggapan komunikan terhadap pesan yang dilontarkan pada ekspresi wajah dan gaya bicara. Apabila umpan balik positif, artinya tanggapan itu menyenangkan, kita akan mempertahankan gaya komunikasi sebaliknya jika tanggapan komunikasi negatif, maka harus mengubah gaya komunikasi sampai komunikasi berhasil.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Oleh karena kemampuan dalam mengubah sikap, kepercayaan, opini dan

perilaku komunikasi itulah maka bentuk komunikasi interpersonal seringkali digunakan untuk menyampaikan komunikasi persuasif (*persuasive communication*) yakni suatu teknik komunikasi secara psikologis manusiawi yang sifatnya halus, luwes berupa ajakan, bujukan atau rayuan. Dengan demikian maka setiap pelaku komunikasi akan melakukan empat tindakan, yaitu membentuk pesan diartikan sebagai menciptakan ide atau gagasan dengan tujuan tertentu.

2. Interaksionisme Simbolik

Herbert Mead menyimpulkan alasannya membuat konsep interaksionisme simbolis, yaitu pemakaian konsep psikologi sosial dengan konsekuensi yang melekat padanya. Untuk menganalisis perilaku ataupun tindakan sosial harus dimulai menganalisis perilaku sosial sebagai kompleksitas dari perilaku-perilaku individu yang menjadi bagian-bagian perilaku sosial tersebut. Dan juga, bagi psikologi sosial adalah keseluruhan (masyarakat) mendahului bagian (individu), bukan bagian mendahului keseluruhan, bukan keseluruhan menurut satu atau beberapa bagian.

Dalam konsep teori Herbert Mead tentang interaksionisme simbolis terdapat prinsip-prinsip dasar yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Manusia dibekali kemampuan berpikir, tidak seperti binatang.
- Kemampuan berpikir ditentukan oleh interaksi sosial individu.
- Dalam berinteraksi sosial, manusia belajar memahami simbol-simbol beserta maknanya yang memungkinkan manusia untuk memakai kemampuan berpikirnya.
- Makna dan simbol memungkinkan manusia untuk bertindak (khusus dan sosial) dan berinteraksi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- e. Manusia dapat mengubah arti dan simbol yang digunakan saat berinteraksi berdasar penafsiran mereka terhadap situasi.
- f. Manusia berkesempatan untuk melakukan modifikasi dan perubahan karena berkemampuan berinteraksi dengan diri yang hasilnya adalah peluang tindakan dan pilihan tindakan.
- g. Pola tindakan dan interaksi yang saling berkaitan akan membentuk kelompok bahkan masyarakat.

Dalam teorinya yang dinamakan Interaksionisme Simbolik ini, George Herbert Mead mengemukakan beberapa konsep yang mendasari teori yang ada, yaitu:

A. *Mind* (Akal Budi atau Pikiran)

Pikiran bagi Herbert Mead tidak dipandang sebagai objek, namun lebih ke proses sosial. Mead juga mendefinisikan pikiran sebagai kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama. Menurut Herbert Mead, manusia harus mengembangkan pikiran melalui interaksi dengan orang lain. Pikiran manusia sangat berbeda dengan binatang. Namun, juga ada interaksi dan perilaku manusia yang tidak dijumpai oleh pikiran, sehingga terdapat persamaan dengan binatang.

Pikiran dalam analisis Herbert Mead adalah suatu proses internal individu yang menimbang-nimbang tentang kebaikan-keburukan, keuntungan-kerugian sebuah tindakan sebelum individu melakukannya. Pikiran sangat dipengaruhi pengalaman-pengalaman dan memori-memori masa lalu, ini juga yang membedakan antara manusia dengan binatang, yaitu mengambil pelajaran dari suatu pengalaman.



Misalnya interaksi antara dua anjing, pada dasarnya hanya pertukaran isyarat yang menimbulkan reaksi, singkatnya proses aksi-reaksi. Dan tidak ada pemakaian akal budi dalam proses itu. Pada manusia dalam proses aksi-reaksi secara umum melibatkan akal budi, manusia mengerti makna dari isyarat atau simbol dari manusia lain, lalu menafsirkannya dengan akal budi, dan di sinilah terjadi proses sosial yang dimaksud oleh Herbert Mead di atas.

Pikiran manusia berorientasi pada rasionalitas. Dengan pikiran itulah manusia bisa melakukan proses refleksi yang disebabkan pemakaian simbol-simbol oleh manusia yang berinteraksi, sebut saja sebagai aktor. Simbol-simbol yang digunakan adalah berbentuk gestur dan bahasa yang bagi Herbert Mead dianggap sebagai simbol-simbol signifikan yang akan dibahas selanjutnya. Ciri khas dari pikiran adalah kemampuan individu untuk tidak sekedar membangkitkan respons orang lain dari dalam dirinya sendiri, namun juga respons dari komunitas keseluruhan.

Namun, apabila dikaji lebih dalam, interaksi antar manusia lebih memiliki kecenderungan dalam penggunaan bahasa verbal daripada gestur, namun tidak dipungkiri juga pemakaian gestur atau isyarat tubuh sering digunakan.

Manusia dalam menginteraksikan simbol-simbol dalam kehidupan, baik gestur maupun bahasa, prasyaratnya adalah konsensus bersama suatu kelompok atau organisasi sosial tentang makna dari sebuah simbol. Hal ini juga mengakibatkan perbedaan makna tergantung pada lokal masyarakatnya. Contohnya adalah gestur menggelengkan kepala di masyarakat Indonesia mewakili makna tidak atau tidak setuju, di lain tempat, makna dari menggelengkan kepala adalah mempersetujui atau mengiyakan sesuatu hal, dan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ini terjadi di masyarakat India. Namun, selain memiliki perbedaan, ada juga makna universal yang dapat dipakai dalam mengartikan sebuah simbol oleh masyarakat. Seperti, gestur senyuman yang dilakukan seseorang akan mewakili sebuah makna kesenangan atau kebahagiaan, dan makna ini berlaku secara universal di manapun.

Berbeda dengan bahasa, gestur memiliki lebih sedikit kekayaan makna daripada bahasa jika pemakaian bahasa digunakan pada individu yang dominan dengan komunikasi verbal. Jika dilihat pada individu-individu dengan cacat fisik seperti tuna rungu, sebaliknya gestur sangat mendominasi penginteraksian makna-makna melalui simbol-simbol gestur. Dan gestur-gestur yang digunakan oleh para tuna rungu ini secara universal digunakan tanpa ada perbedaan kultural.

B. Aksi (Tindakan) dan Interaksi

Fokus dari interaksionisme simbolik adalah dampak dari makna-makna dan simbol-simbol yang digunakan dalam aksi dan interaksi manusia dalam tindakan sosial yang *covert* dan *overt*. Melalui aksi dan interaksi ini pula manusia membentuk suatu makna dari simbol yang dikonstruksikan secara bersama. Suatu makna dari simbol dapat berbeda menurut situasi.

Aksi atau tindakan sosial pada dasarnya adalah sebuah tindakan seseorang yang bertindak melalui suatu pertimbangan menjadi orang lain dalam pikirannya. Atau, dalam melakukan tindakan sosial, manusia dapat mengukur dampaknya terhadap orang lain yang terlibat dalam serangkaian tindakan itu.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam proses interaksi, manusia memakai simbol-simbol untuk mengomunikasikan makna-makna dalam diri yang ingin disampaikan. Dan setelahnya proses tadi, manusia lain yang terlibat dalam interaksi tersebut menginterpretasikan simbol-simbol tadi berdasar interpretasinya sendiri. Secara garis besar terdapat hubungan timbal balik antar aktor dalam berinteraksi.

Analisis Herbert Mead tentang stimulus dan respon masuk dalam kerangka perilaku seperti ini, seperti hewan yang hanya melempar stimulus dan menerimanya sehingga mengeluarkan respon untuk stimulus itu seketika itu juga tanpa mempertimbangkan apapun berdasar pengalaman atau memori.

Berbeda dengan manusia sebagai individu yang berinteraksi dengan manusia yang lain, perbedaannya dalam interaksi antarmanusia sebagai individu terdapat tempat atau momentum di mana pikiran mengambil tempat dalam proses stimulus-respon tersebut. Manusia sebagai individu memiliki pikiran yang mempengaruhi setiap tindakan yang akan dilakukan olehnya.

Perbedaan interaksi manusia dengan binatang adalah langsung dan tidak langsung. Binatang langsung merespon apa yang diterimanya dari binatang lain, namun manusia memiliki kesempatan untuk memikirkan tindakan terbaik apa yang menurut subjektifnya yang akan dilakukan. Misal, ada seekor anak kucing yang sedang marah lalu menegakkan bulu-bulu di badannya di hadapan kucing yang lain, maka kucing yang lain akan memberikan secara langsung respon marah dan ingin berkelahi dengan kucing yang melempar stimulus tadi. Sebagai perbandingan, ketika Joko yang bekas korban kecelakaan sepeda motor, maka ia akan lebih berhati-hati dalam memutuskan dia akan menjadi pengendara atau pembonceng karena pengaruh pengalaman atau memori masa lalunya.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tindakan menurut Herbert Mead menurut analisisnya melalui empat tahapan, yaitu impuls, persepsi, manipulasi, dan konsumsi. Keempat tahap ini menurut Mead menjadi suatu rangkaian dalam melakukan suatu tindakan yang tidak dapat dilepaskan satu per satu.

Impuls, sama seperti stimulus atau rangsangan yang didapatkan ataupun muncul tiba-tiba pada seorang individu. Dalam kehidupan sosial, impuls bukan hanya sekedar rasa lapar saja, melainkan juga berbagai masalah dapat menjadi impuls bagi individu yang menyebabkan individu harus dapat mencari pemecahan terhadap masalah tersebut.

Persepsi adalah proses tanggapan dan respon terhadap impuls (permasalahan) yang dihadapi individu. Pikiran (*Mind*) dalam tahap ini sangat berperan penting dalam menyikapi impuls tersebut. Pada tahap persepsi yang memerankan pikiran dalam prosesnya, individu memberi ruang untuk memikirkan dan mempetimbangkan segala sesuatu untuk bertindak, mana yang akan diambil dan dibuang dari pikirannya.

Manipulasi menjadi tahap ketiga dari serangkaian tahap tindakan. Tahap ini menjadi proses tentang pengambilan keputusan setelah melalui tahap persepsi tadi.

Konsumsi adalah suatu proses di mana individu untuk menentukan melakukan sebuah tindakan atau tidak untuk memenuhi kebutuhan yang diciptakan dari impuls tadi. Disini terdapat perbedaan antara manusia dan binatang, dalam tahap ini dan manipulasi, pengalaman masa lalu dilibatkan oleh individu yaitu manusia, berbeda dengan binatang yang dalam dua tahap ini bersifat coba-coba.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keempat tahap tersebut di atas dapat dianalogikan seperti ini. Kebutuhan akan pemenuhan pengumpulan tugas mata kuliah Teori Sosial Politik pada hari Rabu minggu depan membuat mahasiswa Sosiologi bingung dalam kebutuhan tersebut. Dengan belajar kelompok dipikirkan sebagai suatu jalan keluar bagi permasalahan tersebut, belajar kelompok pun harus memilih seorang mahasiswa yang mempunyai kompetensi untuk membantu mahasiswa-mahasiswa yang menghadapi permasalahan itu dan Joko adalah mahasiswa yang berkompeten. Keputusannya adalah belajar kelompok di kostnya Joko. Sehingga, pada hari Kamis malam beberapa mahasiswa Sosiologi pun belajar kelompok di kostnya Joko.

C. Self (Diri)

Diri menurut Mead juga bukan merupakan sebuah objek, namun sebagai subjek sebagaimana pikiran. Diri adalah kemampuan untuk merefleksikan diri sendiri dari perspektif orang lain. Bagi Herbert Mead, diri berkembang dari sebuah jenis pengambilan peran, membayangkan bagaimana kita dilihat oleh orang lain. Diri adalah suatu proses sosial yang mempunyai kemampuan:

1. Memberikan jawaban atau tanggapan kepada diri sendiri seperti orang lain memberi tanggapan atau jawaban,
2. Memberikan jawaban atau tanggapan seperti norma umum memberikan jawaban kepadanya (*Generalized Others*),
3. Mengambil bagian dalam percakapannya sendiri dengan orang lain,
4. Menyadari apa yang sedang dilakukannya sekarang dan kesadaran untuk melakukan tindakan pada tahap selanjutnya.

Menurut Herbert Mead, diri itu mengalami perkembangan melalui proses sosialisasi. Ada tiga tahap dalam proses sosialisasi ini, yaitu tahap



bermain (*Play stage*), tahap permainan (*Game stage*), dan tahap orang lain pada umumnya (*Generalized Others*).

Tahap bermain (*play stage*) penuh dengan kepura-puraan, maksudnya dalam tahap ini, anak-anak mengambil peran atau mengandaikan dirinya sebagai orang lain. Atau “pura-pura menjadi orang lain”. Dalam perkembangan yang ‘pura-pura’ ini, proses pemahaman diri sebagai peran pengandaianya kurang mapan, tidak tertata, dan tidak pada umumnya. Misalnya, seorang anak kecil yang bermain “*pasaran*” dalam konteks masyarakat Jawa, maka anak itu akan mengandaikan dirinya sebagai seorang pedagang karena bapak ibunya adalah pedagang, namun pemahaman sebagai pedagang hanya dipahami sebagai proses jual beli saja.

Tahap permainan (*game stage*) menuntut seorang individu memerankan peran dengan utuh. Kesadaran menempati posisi membawa konsekuensi untuk memenuhi semua hak dan kewajiban yang dibebankan pada posisi itu. Sehingga pada tahap ini kepribadian yang kokoh mulai dibentuk. Misalnya, anak-anak yang tadi hanya bermain *pasaran* saja, sekarang mulai menempatkan posisinya sebagai pedagang yang bukan pura-pura lagi. Anak kecil tadi yang sudah beranjak dewasa mulai memahami posisi sebagai pedagang dengan segala konsekuensinya.

Tahap yang ketiga adalah *generalized other* atau orang lain pada umumnya. Pada tahap ini, setelah kepribadian yang kokoh sudah mulai terbentuk maka kemampuan mengevaluasi diri mereka sendiri dari sudut pandang orang lain atau masyarakat pada umumnya, tidak sekedar dari sudut pandang individu-individu yang tersegmentasi. Disini norma sosial yang berlaku memiliki pengaruh yang kuat dalam penentuan tindakan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam tahap ini menuntut seorang anak kecil yang sudah beranjak dewasa tadi untuk memiliki kemampuan berpikir serta berempati seperti pedagang lain pada umumnya untuk melakukan suatu tindakan atau mengambil keputusan dalam menentukan harga jualannya.

Diri menurut Herbert Mead adalah kemampuan khas manusia untuk menjadi subjek dan objek (*I* dan *Me*). Tahap-tahap perkembangan diri manusia yang telah disebutkan di atas harus mengalami proses komunikasi antarmanusia, aktivitas, serta relasi sosial.

I dalam analisis Herbert Mead menempatkan diri sebagai individu yang sangat subjektif. Oleh karena itu, *I* akan memberikan reaksi yang berbeda-beda tiap individu akan suatu rangsangan atau stimulus. Nilai yang dianut oleh tiap individu menyebabkan beragamnya penafsiran dan interpretasi akan sesuatu. *I* juga membuat kehidupan baik individu dan sosial menjadi sangat dinamis. Pada taraf subjektivitas, perilaku individu akan menjadi spontan dan tidak teramalkan. Misalnya saja, untuk penafsiran tentang arti kecantikan akan berbeda dari tiap individu bahkan yang berada di suatu masyarakat yang sama.

Me lebih stabil daripada *I*, karena *Me* adalah kristalisasi dari serangkaian norma yang dibuat secara umum. Artinya, diri sebagai objek akan memberi ruang untuk pengaruh norma sosial atau dengan kata lain, konsep *generalized other* akan sangat mempengaruhi diri. *Me* membuat individu dalam bertindak penuh dengan kontrol, sehingga setiap tindakannya akan normatif.

I dalam diri seorang seniman akan lebih kuat daripada pengaruh *Me*, karena nilai kreativitas yang menghancurkan nilai-nilai konservatif dalam diri seseorang. Lain halnya dengan seseorang yang berjiwa konservatif, orang desa

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

misalnya, mereka akan tetap bertahan hidup di lingkungan pedesaan dengan gaya hidup yang cenderung sama dari waktu ke waktu.

Dapat disimpulkan bahwa, faktor *I* dalam kehidupan individu sangat menentukan proses perubahan baik di level individu dan masyarakat pada umumnya.

Diri sebagai subjek adalah kemampuan diri untuk memberikan tanggapan terhadap apa yang ia keluarkan atau tujuan kepada orang lain, dan tanggapan yang diberikan tadi juga termasuk dalam serangkaian dari tindakan. Sedangkan diri sebagai objek maksudnya adalah diri tidak hanya mendengarkan dirinya sendiri namun juga merespon tindakan yang telah dilakukan seperti individu lain merespon.

D. Society (Masyarakat)

Fokus Mead adalah psikologi, maka tidak heran jika pembahasannya tentang masyarakat dapat dikatakan lemah. Mead melihat masyarakat tidak seperti Durkheim dan Marx yang makro, Mead tidak berbicara tentang masyarakat dalam skala besar beserta struktur di dalamnya. Menurut Mead, masyarakat adalah sekedar organisasi sosial yang memunculkan pikiran dan diri yang dibentuk dari pola-pola interaksi antar individu. Dan norma-norma dalam masyarakat adalah sebagai respon.

Analisis Mead tentang masyarakat, menggabungkan kajian fenomena mikro dan makro dari masyarakat. Mead mengatakan ada tiga unsur dalam masyarakat yaitu individu biologis, masyarakat mikro, dan masyarakat makro. Pada awalnya, konsep individu biologis dimaknai oleh Mead sebagai individu yang polos dan belum mendapatkan pengaruh apa-apa dari lingkungannya. Dan ketika individu itu mulai memasuki wilayah masyarakat yang mikro, maka

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



individu itu akan terpengaruh dalam perilakunya. Dan masyarakat makro itu sendiri terbentuk dari serangkaian kompleks dari perilaku individu yang dipengaruhi oleh lingkungan mikro dari individu itu sendiri, seperti keluarga. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh antara perilaku individu dan masyarakat baik mikro dan makro berhubungan timbal balik.

Inti dari teori George Herbert Mead yang penting adalah konsepnya tentang “I” and “Me”, yaitu dimana diri seorang manusia sebagai subyek adalah “I” dan diri seorang manusia sebagai obyek adalah “Me”. “I” adalah aspek diri yang bersifat non-reflektif yang merupakan respon terhadap suatu perilaku spontan tanpa adanya pertimbangan. Dan ketika didalam aksi dan reaksi terdapat suatu pertimbangan ataupun pemikiran, maka pada saat itu “I” berubah menjadi “Me”.

Mead mengemukakan bahwa seseorang yang menjadi “Me”, maka dia bertindak berdasarkan pertimbangan terhadap norma-norma, generalized other, serta harapan-harapan orang lain. Sedangkan “I” adalah ketika terdapat ruang spontanitas, sehingga muncul tingkah laku spontan dan kreativitas diluar harapan dan norma yang ada.

3. Pengertian *Sales Promotion Girl*

Definsi dari *Sales Promotion Girl* atau gadis promosi penjualan adalah sebuah profesi yang tugas utamanya adalah mempromosikan sebuah produk baik barang maupun jasa. Sesuai namanya *Sales Promotion Girl* biasanya adalah wanita yang berpenampilan menarik dan memiliki pengetahuan serta komunikasi yang baik.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Promosi dan penjualan produk merupakan ujung tombak dalam sebuah

perusahaan karena dari sinilah hasil pendapatan utama sebuah perusahaan. Retnasih (2001:23) menyatakan: “*Sales promotion girl* adalah seorang perempuan yang direkrut oleh perusahaan untuk mempromosikan produk.” Pendapat ini melihat keberadaan *sales promotion girls* dari fungsinya yaitu sebagai pihak presenter dari suatu produk. Lebih lanjut pendapat ini mengilustrasikan bahwa tugas utama dari *sales promotion girls* adalah promosi produk, pada umumnya status *sales promotion girls* adalah karyawan kontrakan. Mereka dikontrak dalam kurun waktu tertentu untuk mempromosikan produk.

Kemampuan yang harus dimiliki seorang *Sales Promotion Girl* menurut Raharti (2001:223) adalah menyatakan bahwa terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh *Sales Promotion Girl*, yaitu :

1. Performa (*Perfomance*)

Perfomance ini merupakan tampilan fisik yang dapat diindera dengan menggunakan penglihatan. Dalam perspektif ini, performance juga mengilustrasikan tentang pembawaan seseorang. Pembawaan ini diukur dari penampilan outlook (penampilan fisik) dan desain dress code (desain pakaian), ukuran dari pembawaan ini subyektif (setiap orang dimungkinkan berbeda).

2. Cara Komunikasi (*Communicating Style*)

Komunikasi mutlak harus terpenuhi oleh sales promotion girl karena melalui komunikasi ini akan mampu tercipta interaksi antara konsumen dan sales promotion girls. Komunikasi ini diukur dari gaya bicara dan cara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



berkomunikasi. Pengukuran atas *communicating style* ini dikembalikan kepada konsumen karena bisa bersifat subyektif.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

3. Bahasa Tubuh (*Body Language*)

Body language ini lebih mengarah pada gerakan fisik (lemah lembut, lemah gemulai, dan lainnya). Gerak tubuh ketika menawarkan produk dan sentuhan fisik (*body touch*) adalah deskripsi dari *body language* ini. Pengukuran atas *body language* dikembalikan kepada konsumen karena bisa bersifat subyektif. Jika memenuhi unsur tersebut, sangat dimungkinkan *Sales Promotion Girl* yang direkrut perusahaan akan mampu menciptakan persepsi yang baik tentang produk yang diiklankan, dan akan diikuti dengan minat pembelian.

Komunikasi lahir dari kebutuhan manusia untuk berkomunikasi satu dengan yang lainnya, maka dari itu komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Dengan adanya komunikasi menjembatani antara pikiran, perasaan, dan kebutuhan seseorang dengan dunia luarnya.

Secara etimologis, menurut Kadar Nurjaman dan Khaerul Umam (2012:35), komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *cum* yang artinya dengan atau bersama dengan, dan kata *units* yang berarti satu. Dua kata tersebut membertuk kata benda *communio*, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *communion*, yang berarti kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, atau hubungan. Karena untuk melakukan *communio* diperlukan usaha dan kerja. Kata *communio* dibuat kata kerja *communicate* yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, tukar menukar, membicarakan sesuatu dengan orang, memberikan sesuatu kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Komunikasi adalah aspek penting dalam keseluruhan misi kehidupan termasuk juga dalam promosi periklanan, komunikasi juga menjadi faktor penentu suksesnya misi pemasaran. Dalam waktu belakangan ini komponen komunikasi menjadi semakin penting.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. **Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIIAS)**

Pameran otomotif terbesar yang diadakan di Indonesia adalah *Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIIAS)* yang diadakan dua tahun belakangan ini berlokasi di ICE BSD. Pada tahun 2016 *Gaikindo Indonesia International Auto Show* akan sekali lagi menjadi tuan rumah. *Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIIAS) 2016* yang akan berlangsung pada 11-21 Agustus 2016 di Pameran Konvensi Indonesia (ICE), BSD City, Tangerang.

Gaikindo Indonesia International Auto Show pameran otomotif mencatat kontribusi yang signifikan untuk Indonesia industri otomotif melalui serangkaian pameran *Gaikindo Indonesia International Auto Show* diadakan di seluruh 2015. Pameran yang telah mendapatkan akreditasi internasional dari OICA (*Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles*), organisasi internasional yang mengawasi industri otomotif global, juga telah memicu antusiasme tinggi publik selama *Gaikindo Indonesia International Auto Show 2015*.

Tahun terakhir prestasi yang mendorong *Gaikindo Indonesia International Auto Show* untuk terus memperkuat komitmennya untuk membawa nama Indonesia ke panggung otomotif dunia. Saat ini, Indonesia telah mulai mencuri perhatian di Asia dan dunia sebagai pasar otomotif yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



potensial, *Gaikindo Indonesia International Auto Show* 2016 adalah fokus dalam memperkuat pameran otomotif Indonesia untuk *World Stage*.

Dikutip dari Indonesia Auto Show (diakses 21 November 2016, <http://indonesiaautoshow.com/miss-autoshow-2016/>) kontes kecantikan Miss Auto Show diselenggarakan pada pameran otomotif berskala internasional, *Gaikindo Indonesia International Auto Show* 2016. Acara penyisihan program Miss Auto Show 2016 yang bertujuan untuk menemukan *sales promotion girl* terbaik dari APM (Agen Pemegang Merek) peserta pameran ini berlangsung mulai pada tanggal 12 hingga 18 Agustus 2016.

Agung Paramata, selaku perwakilan dari Seven Events, salah satu juri dari kontes Miss Auto Show 2016 menyampaikan bahwa dengan berlangsungnya penyeleksian ini, juri berharap bahwa kontes Miss Auto Show 2016 dapat menemukan figur representatif yang tak hanya berpenampilan menarik, namun juga memiliki pengetahuan yang dalam seputar merek yang diwakilkan serta industri otomotif Indonesia. Mereka tak hanya memiliki 3B *brain, beauty and behavior*, tetapi juga memahami betul mengenai merek yang mereka wakikan dan dapat menjawab pertanyaan dewan juri dengan pemaparan yang baik pada saat penjurian.

B. Penelitian Terdahulu

Melalui penelitian sebelumnya, peneliti dapat mengetahui apa perbedaan penelitian yang sedang peneliti lakukan dengan penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan. Terdapat dua penelitian yang peneliti anggap memiliki kesamaan dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini. Berikut kedua penelitian tersebut :

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Penelitian oleh Puspita, Lika and Gushevinalti, Gushevinalti and Makhrian, Andi, Universitas Bengkulu, pada tahun 2014 yang berjudul “Interaksi Simbolik Sales Promotion Girl (Suatu Fenomenologi Interaksi Pada Sales Promotion Girl Rokok Djarum di Kota Bengkulu.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Perusahaan rokok banyak menggunakan Sales Promotion Girl (SPG) untuk menjual dan mengenalkan produknya dengan alasan sasaran konsumen banyak didominasi oleh kaum pria. Secara umum, seorang SPG diwajibkan memiliki 3 persyaratan yaitu Performance, Communicating style, dan Body language yang luwes. Berdasarkan pedoman tersebut, dalam prakteknya SPG menampilkan berbagai simbol-simbol saat menghadapi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui simbol-simbol yang diinterpretasikan dan konsep diri SPG sebagai pelaku komunikasi dalam pandangan George Herbert Mead. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan teori interaksi simbolik. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi langsung ke lapangan, studi literatur, dan dokumentasi. Informan penelitian adalah enam orang SPG PT. Djarum di Kota Bengkulu. Teknik yang digunakan adalah purposive sample (teknik sampel bertujuan). Hasil penelitian menunjukkan SPG menampilkan simbol dari Performance yaitu pakaian dari perusahaan yang merupakan Identitas mereka sebagai SPG, Communicating style mereka melakukan proses komunikasinya yang sangat memperhatikan etika dalam komunikasi disesuaikan dengan konsumen yang mereka hadapi dengan menggunakan bahasa yang standar yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Daerah. Di sisi lain SPG juga memperhatikan posisi jarak tubuh mereka dan juga selalu menjaga eye contact dengan setiap

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



konsumen. Konsep diri SPG juga di anggap baik karena mereka tahu betul apa yang mereka konsepkan dalam diri mereka. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa SPG menampilkan simbol dari perusahaan sebagai Identitas, mereka menggunakan bahasa yang disesuaikan dengan konsumen, tidak hanya itu mereka juga menggunakan paralinguistik dalam menghadapi konsumen dan menjaga jarak posisi tubuh dengan konsumen agar dihargai oleh masyarakat, selain itu SPG juga memiliki Konsep diri sesuai dengan yang mereka inginkan. Sales Promotion Girl juga menempatkan diri mereka di I ketika dikehidupan sehari-hari mereka dan Me ketika mereka menyesuaikan diri dengan konsumen ketika bekerja. Sales Promotion Girl juga sebagai pelaku komunikasi yang aktif, peka dan kreatif dalam menginterpretasikan simbol-simbol yang muncul dalam interaksi sosial.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

2. Penelitian oleh Ria Dwi Mutiara, Universitas Komputer Indonesia, pada tahun 2014 yang berjudul “Perilaku Komunikasi Sales Promotion Girl Provider XL Axiata di Dukonsel Kota Bandung.”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perilaku Komunikasi Girl Provider XL Axiata dalam Memberikan Pelayanan terhadap Konsumen di Dukonsel Kota Bandung. Penelitian ini membahas tentang perilaku komunikasi dilihat dari komunikasi verbal, komunikasi non verbal, dan motif yang melatari perilaku komunikasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Proses pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling. Selain itu, teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi partisipasi, dokumentasi, dan pencarian data di internet. Teknik analisa data yang digunakan adalah 14 model siklus Miles dan Huberman untuk membahas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

mengenai permasalahan penelitian. Hasil penelitian diperoleh bahwa perilaku komunikasi dilihat dari komunikasi verbal berupa penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Sunda pada waktu tertentu, dan salam “Selamat datang di XL Axiata”. Sedangkan komunikasi non verbal berupa bahasa tubuh terdapat gerakan tangan dan kepala, ekspresi wajah dan kontak mata. Dan dilihat dari penampilan fisik busana berlogo XL Axiata serta karakter fisik. Dan yang terakhir adanya motif alasan menjadi SPG dan motif tujuan menjadi SPG dalam membentuk perilaku komunikasi tersebut. Simpulan perilaku komunikasi Sales Promotion Girl Provider XL Axiata dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen berupa penggunaan bahasa Indonesia serta sesekali berbahasa Sunda, penggunaan salam sambutan berupa “Selamat datang di XL Axiata”, penggunaan gerakan tangan dan kepala, ekspresi wajah dan kontak mata yang ditunjukkan, penggunaan seragam berlogo XL Axiata, beberapa karakter fisik yang dimilikinya. Dan yang terakhir adalah adanya motif masa lalu yang berasal dari pengalaman dan ajakan teman serta motif masa depan untuk mendapatkan uang dan bentuk tanggungjawab terhadap perusahaan. Saran sebaiknya Sales Promotion Girl Provider XL Axiata membiasakan mengucapkan salam, mempertahankan bahasa yang bersahabat dan meningkatkan penggunaan bahasa tubuh dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



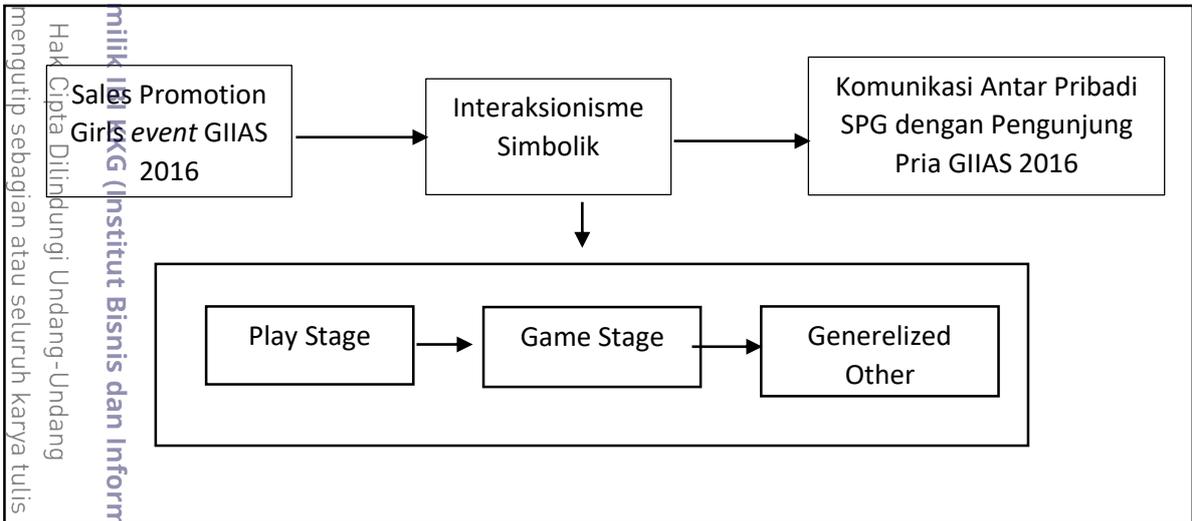
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Sesuai dengan permasalahan yang ditelaah, yaitu peran penerapan Interaksionisme Simbolik *sales promotion girl* dalam komunikasi antar pribadi dengan pengunjung pria GIIAS 2016, maka dari itu untuk permasalahan dianalisis menggunakan konsep-konsep yang berkaitan dengan hal tersebut yaitu konsep interaksionisme simbolik, dimana konsep yang akan dibahas dalam penelitian ini lebih mengacu kepada konsep “I” dan “Me” yang melalui tiga tahapan yaitu, tahap bermain (*Play stage*), tahap permainan (*Game stage*), dan tahap orang lain pada umumnya (*Generalized Others*).

Menurut Herbert Mead, diri itu mengalami perkembangan melalui proses sosialisasi. Ada tiga tahap dalam proses sosialisasi ini, yaitu tahap bermain (*Play stage*), tahap permainan (*Game stage*), dan tahap orang lain pada umumnya (*Generalized Others*).

Tahap bermain (*play stage*) penuh dengan kepura-puraan, maksudnya dalam tahap ini, anak-anak mengambil peran atau mengandaikan dirinya sebagai orang lain. Atau “pura-pura menjadi orang lain”. Dalam perkembangan yang ‘pura-pura’ ini, proses

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pemahaman diri sebagai peran pengandaiannya kurang mapan, tidak tertata, dan tidak pada umumnya.

Tahap permainan (*game stage*) menuntut seorang individu memerankan peran dengan utuh. Kesadaran menempati posisi membawa konsekuensi untuk memenuhi semua hak dan kewajiban yang dibebankan pada posisi itu. Sehingga pada tahap ini kepribadian yang kokoh mulai dibentuk.

Tahap yang ketiga adalah *generalized other* atau orang lain pada umumnya. Pada tahap ini, setelah kepribadian yang kokoh sudah mulai terbentuk maka kemampuan mengevaluasi diri mereka sendiri dari sudut pandang orang lain atau masyarakat pada umumnya, tidak sekedar dari sudut pandang individu-individu yang tersegmentasi. Disini norma sosial yang berlaku memiliki pengaruh yang kuat dalam penentuan tindakan.

Diri menurut Herbert Mead adalah kemampuan khas manusia untuk menjadi subjek dan objek (*I* dan *Me*). Tahap-tahap perkembangan diri manusia yang telah disebutkan di atas harus mengalami proses komunikasi antarmanusia, aktivitas, serta relasi sosial.

I dalam analisis Herbert Mead menempatkan diri sebagai individu yang sangat subjektif. Oleh karena itu, *I* akan memberikan reaksi yang berbeda-beda tiap individu akan suatu rangsangan atau stimulus. Pada taraf subjektivitas, perilaku individu akan menjadi spontan dan tidak teramalkan. Misalnya saja, untuk penafsiran tentang arti kecantikan akan berbeda dari tiap individu bahkan yang berada di suatu masyarakat yang sama.

Me lebih stabil daripada *I*, karena *Me* adalah kristalisasi dari serangkaian norma yang dibuat secara umum. Artinya, diri sebagai objek akan memberi ruang untuk pengaruh norma sosial atau dengan kata lain, konsep *generalized other* akan sangat



mempengaruhi diri. *Me* membuat individu dalam bertindak penuh dengan kontrol, sehingga setiap tindakannya akan normatif.

Inti dari teori George Herbert Mead yang penting adalah konsepnya tentang “*I*” and “*Me*”, yaitu dimana diri seorang manusia sebagai subyek adalah “*I*” dan diri seorang manusia sebagai obyek adalah “*Me*”. “*I*” adalah aspek diri yang bersifat non-reflektif yang merupakan respon terhadap suatu perilaku spontan tanpa adanya pertimbangan. Dan ketika didalam aksi dan reaksi terdapat suatu pertimbangan ataupun pemikiran, maka pada saat itu “*I*” berubah menjadi “*Me*”.

Peneliti akan melakukan wawancara dengan *sales promotion girl* yang bekerja pada *event Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIIAS) 2016* dan juga pengunjung pria yang menghadiri GIIAS 2016 untuk melihat peran proses interaksionisme simbolik dan tahapannya pada diri *sales promotion girl* dalam berinteraksi dengan pengunjung pria.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.