

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 *Review* Penelitian Sejenis

Guna menunjang penyusunan skripsi ini, penulis menetapkan beberapa penelitian terdahulu yang mengangkat topik serupa untuk dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini. Melalui *review* penelitian sejenis, penulis harus memastikan adanya perbedaan – perbedaan yang terdapat pada penelitian sebelumnya, sehingga mampu memperluas teori dan ragam penelitian mengenai topik yang diangkat. Dengan melakukan perbandingan serta memahami penelitian sejenis, diharapkan dapat memberikan hasil terbaik serta melengkapi penelitian sebelumnya. Berikut merupakan *review* penelitian sejenis yang dijadikan sebagai referensi dalam mendukung penelitian ini:

- 1) Yuliani Resti Fauziah, mahasiswi Universitas Komputer Indonesia tahun 2019, dengan judul “ Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri di Lingkungan Pergaulannya)”. Fokus penelitian ini yaitu mengkaji tentang konsep diri remaja yang menggunakan aplikasi Tik Tok untuk meningkatkan eksistensi dirinya di lingkungan sekitar. Metode penelitian yang digunakan ialah metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif, dan didukung oleh teori interaksi simbolik (*self, significant*

other dan *reference group*). Hasil dari penelitian ini mengungkapkan, pada aspek *self*, remaja dapat memahami kegunaan aplikasi Tik Tok, motif menggunakan Tik Tok untuk menunjukkan bakat serta eksistensi diri dan manfaat yang dirasakannya seperti meningkatkan rasa percaya diri. Sementara itu pada aspek *significant other* dan *reference group*, remaja kerap mendapatkan beragam reaksi diantaranya penilaian berupa dukungan, kebebasan hingga cemoohan. Disamping itu adapun peran dari kedua aspek tersebut yakni sebagai pengawas, penasehat, tempat belajar, panutan, dsb.

- 2) Dask Lady, mahasiswi Universitas Sumatera Utara tahun 2019, dengan judul “Konsep Diri Pengguna Fashion Branded Preloved (Studi Deskriptif Kualitatif Konsep Diri Pengguna Fashion Branded Preloved di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU)”. Fokus penelitian ini ditujukan pada konsep diri yang terbentuk pada mahasiswa saat menggunakan *fashion branded preloved* serta pengaruh penggunaan *fashion branded preloved* terhadap kepercayaan diri seseorang sebagai hasil dari konsep diri positif yang tercipta dari penggunaannya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif dan teori konsep diri psikologi komunikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa delapan informan yang menjadi subjek penelitian ini memiliki konsep diri positif berdasarkan penilaian yang mereka lakukan pada dirinya sendiri dan orang lain sehingga mendukung timbulnya perasaan percaya diri saat menggunakan *fashion branded preloved*.

- 3) Firda Widia Utami, mahasiswi Universitas Pasundan Bandung tahun 2019, dengan judul “Konsep Diri Pengguna Garnier *Micellar Cleansing Water* di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswi FISIP Universitas Pasundan Bandung)”. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui konsep diri serta motif mahasiswa terhadap penggunaan Garnier *micellar water* sebagai pembersih wajah yang sedang laris dipasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni, metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif dan teori konsep diri Elizabeth Hurlock (*Perceptual, Conceptual* dan *Attitudinal*). Hasil penelitian ini diperoleh, bahwa pada segi *perceptual*, motif utama mahasiswa menggunakan Garnier *micellar water* karena khasiat yang dimilikinya. Secara *conceptual*, konsep diri psikis dapat dilihat ketika mahasiswa tidak percaya diri saat menggunakan produk selain Garnier *micellar water* sebagai pembersih wajah atau *makeup*. Sementara itu, dalam aspek *attitudinal*, mahasiswa mendapatkan rekomendasi dari kerabatnya untuk menggunakan Garnier *micellar water*.

Tabel 2.1 *Review Penelitian Sejenis*

Nama dan Judul Penelitian	Teori Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Yuliani Resti Fauziah (2019), Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri di Lingkungan Pergaulannya)	Teori Interaksi Simbolik	Studi Fenomenologi	Hasil dari penelitian ini mengungkapkan, pada aspek <i>self</i> , remaja dapat memahami kegunaan aplikasi Tik Tok, motif menggunakan Tik Tok dan manfaat dari aplikasi Tik Tok. Sementara itu pada aspek <i>significant other</i> dan <i>reference group</i> , remaja kerap mendapatkan beragam reaksi diantaranya penilaian berupa dukungan hingga cemoohan.	Penelitian ini menggunakan topik kajian yang sama yakni, meneliti tentang konsep diri. Selain itu, subjek pada penelitian ini difokuskan pada remaja serta menggunakan payung teori yang sama.	Penelitian ini menggunakan aplikasi Tik Tok sebagai objek kajiannya, sedangkan penulis berfokus pada <i>trend fashion thrift</i> . Selain itu, metode yang digunakannya berbeda yakni metode deskriptif.
Dask Lady (2019), Konsep Diri Pengguna Fashion Branded Preloved (Studi Deskriptif Kualitatif Konsep Diri Pengguna Fashion Branded Preloved di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU)	Teori Konsep Diri Psikologi Komunikasi	Studi Kasus	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa delapan informan yang menjadi subjek penelitian ini memiliki konsep diri positif berdasarkan penilaian yang mereka lakukan pada dirinya sendiri dan orang lain sehingga mendukung	Persamaan dalam penelitian ini yakni terdapat pada topik kajian yang sama-sama meneliti konsep diri.	Penelitian ini menggunakan <i>fashion branded preloved</i> sebagai objek kajiannya, sedangkan penulis berfokus pada <i>trend fashion thrift</i> . Subjek, metode dan teori yang

			timbulnya perasaan percaya diri saat menggunakan <i>fashion branded preloved</i> .		digunakanpun berbeda dengan penelitian penulis.
Firda Widia Utami (2019), Konsep Diri Pengguna Garnier <i>Micellar Cleansing Water</i> di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswi FISIP Universitas Pasundan Bandung)	Teori Konsep Diri Elizabeth Hurlock	Studi Kasus	Hasil penelitian ini diperoleh, bahwa pada segi <i>perceptual</i> , motif utama mahasiswa menggunakan Garnier <i>micellar water</i> karena khasiat yang dimilikinya. Secara <i>conceptual</i> , konsep diri psikis dapat dilihat ketika mahasiswa tidak percaya diri saat menggunakan produk selain Garnier <i>micellar water</i> sebagai pembersih wajah atau <i>makeup</i> . Sementara itu, dalam aspek <i>attitudinal</i> , mahasiswa mendapatkan rekomendasi dari kerabatnya untuk menggunakan Garnier <i>micellar water</i> .	Persamaan dalam penelitian ini yakni terdapat pada topik kajian yang sama-sama meneliti konsep diri.	Penelitian ini menggunakan produk Garnier <i>micellar water</i> sebagai objek, sedangkan penulis berfokus pada <i>trend fashion thrift</i> . Subjek, metode dan teori yang digunakanpun berbeda dengan penelitian penulis.

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Manusia pada hakikatnya merupakan makhluk sosial yang tidak dapat dipisahkan dari komunikasi. Untuk menunjang segala aktivitasnya, komunikasi menjadi landasan awal bagi manusia untuk dapat terjun dalam kehidupan bermasyarakat. Tanpa komunikasi, manusia tidak akan menyadari dirinya seorang manusia jika tidak mendapatkan pengakuan dari orang lain. Maka dari itu, komunikasi sangat fundamental bagi keberlangsungan hidup manusia.

Menurut Mulyana (2013) menyatakan, komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya “sama”, sedangkan *communico*, *communicatio* atau *communicare* berarti “membuat sama”. Dari keseluruhan istilah tersebut, kata *communis* sering kali diakui sebagai akar dari kata komunikasi. Dalam hal ini, komunikasi dapat diartikan sebagai memahami sebuah makna, pesan dan pikiran secara sama oleh komunikan maupun komunikator.

Tubbs dan Moss (Seperti dikutip dalam Mulyana, 2013), menjelaskan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses penciptaan makna yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Sedangkan menurut pencetus teori komunikasi Harold Laswell, komunikasi digambarkan berkaitan erat dengan lima unsur komunikasi yaitu “*what in which channel to whom with what effect*” yakni siapa berbicara apa melalui saluran apa ditujukan kepada siapa dan membawa pengaruh apa. Definisi yang diutarakan oleh Laswell, pada akhirnya menjadi rujukan unsur – unsur komunikasi dalam satu-kesatuan dan saling berhubungan. Terdiri dari sumber

(*source*), pesan (*message*), saluran atau media (*channel*), penerima (*receiver*) dan efek (*feedback*).

Sementara itu Everett M. Rogers (Seperti dikutip dalam Mulyana, 2013) berpendapat bahwa komunikasi adalah proses mengalihkan ide atau gagasan dari pengirim ide kepada penerimanya, dengan harapan dapat mengubah tingkah laku mereka. Definisi Rogers menunjukkan, komunikasi berpengaruh terhadap perubahan tingkah laku seseorang. Hal itu bukanlah tanpa sebab, seorang pengirim pesan atau sumber harus memastikan agar pesan, gagasan atau ide yang disampaikannya dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan agar komunikasi berjalan efektif. Jika komunikasi yang dilakukan berjalan efektif, maka perubahan perilakupun akan lebih mudah terlaksana sesuai dengan harapan pengirim pesan.

Salah satu faktor pendukung efektifnya proses komunikasi yaitu terdapat kesamaan *frame of reference* (kerangka acuan) dan *field of experience* (kerangka pengalaman) diantara pihak yang berinteraksi. *Frame of reference* menunjukkan kesamaan latar belakang yang berhubungan dengan budaya, agama, pendidikan, dsb. Sedangkan *field of experience* berkaitan dengan segala pengalaman yang pernah dialami oleh seorang individu. Kedua aspek itu berperan penting demi melahirkan komunikasi yang efektif. Apabila tidak ada kesamaan, sulit untuk mengharapkan umpan balik dan perubahan perilaku yang sesuai dengan ekspektasi atau harapan pengirim pesan.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dijabarkan diatas, penulis menarik kesimpulan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan

yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk memperoleh kesamaan makna dan mempengaruhi orang lain.

2.2.1.2 Fungsi Komunikasi

Jika merujuk pada definisi komunikasi, salah satu fungsi komunikasi adalah untuk menyampaikan suatu informasi kepada orang lain atau komunikan. Tetapi, lebih jauh membahas mengenai fungsi komunikasi, William I. Gordon (seperti dikutip dalam Mulyana, 2013) mengemukakan kerangka fungsi komunikasi berdasarkan empat fungsi, yaitu sebagai berikut:

1) Fungsi Komunikasi Sosial

Komunikasi memungkinkan manusia untuk mengenal lingkungannya dan diri sendiri. Hal ini berkaitan erat dengan konsep diri yang dibentuk oleh manusia untuk memaknai dirinya berdasarkan persepsi orang lain saat berkomunikasi secara interpersonal. Melalui komunikasi pula, manusia berusaha untuk mengaktualisasikan dirinya sebagai individu yang eksis agar keberadaannya diakui oleh lingkungan sosialnya. Terakhir, komunikasi berperan penting untuk kelangsungan hidup manusia dalam memenuhi kebutuhan biologis sehari - harinya, untuk memupuk hubungan dengan orang lain hingga memperoleh kebahagiaan.

2) Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi merupakan media untuk menyampaikan perasaan – perasaan atau emosi manusia kepada sesamanya. Emosi tersebut umumnya diungkapkan melalui komunikasi secara non verbal. Perasaan marah, kasih sayang, bahagia, sedih, rindu, simpati dan takut dapat dilihat dari

perilaku seseorang saat berkomunikasi meskipun komunikasi verbal ikut andil didalamnya.

3) Fungsi Komunikasi Ritual

Seperti yang kita ketahui, suatu ritual lazimnya dilakukan secara kolektif. Dalam komunikasi ritual, peristiwa tersebut erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif dimana kegiatan ritual memungkinkan orang – orang yang terlibat bertukar emosi untuk menjalin hubungan bermakna dan pengabdian kepada kelompoknya. Misalnya, upacara pernikahan, kelahiran, perayaan hari ulang tahun, Idul Fitri, hingga upacara kematian. Mereka yang berpartisipasi dalam acara itu akan mengucapkan kata – kata dan menunjukkan perilaku simbolik yang sesuai dengan maksud acara.

4) Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi berfungsi sebagai instrumen ditafsirkan dalam beberapa tujuan umum komunikasi, yaitu menginformasikan, mengubah perilaku dan sikap seseorang, mendorong, serta menghibur. Dari keseluruhan instrumen tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya komunikasi bertujuan untuk membujuk (bersifat persuasif). Saat fungsi komunikasi bermaksud untuk memberitahukan dan menginformasikan, disitu tersirat muatan persuasif yang mana pengirim pesan (sumber) mengharapkan penerima pesan untuk mempercayai apa yang dikatakan olehnya.

2.2.1.3 Proses Komunikasi

Menurut Wilbur Schramm (seperti dikutip dalam Effendy, 2009) menjelaskan perspektifnya terkait proses komunikasi yang dapat berlangsung dalam dua proses, sebagai berikut:

1) Proses Komunikasi Primer

Proses komunikasi secara primer merupakan proses penyampaian pesan, gagasan atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan melalui lambang (*symbol*) sebagai media (*channel*). Lambang tersebut dapat berupa bahasa yang seringkali digunakan manusia untuk berkomunikasi atau kial (*gesture*) seperti bahasa tubuh, gambar, isyarat, warna, dsb. Dalam kehidupan sehari – hari lambang bahasa disebut dengan komunikasi verbal, atau komunikasi yang dilakukan secara langsung melalui lisan.

2) Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder merupakan proses penyampaian pesan, gagasan atau ide oleh komunikator kepada komunikan melalui suatu alat atau sarana sebagai media kedua setelah lambang (proses komunikasi primer) digunakan sebagai media pertamanya. Proses komunikasi ini cenderung diaplikasikan saat komunikan sulit untuk dijangkau atau berada di posisi yang jauh serta banyaknya jumlah komunikan, sehingga butuh bantuan media kedua untuk menyampaikan pesannya. Media kedua dapat berupa surat kabar, radio, televisi, majalah, dsb.

2.2.2 Komunikasi Interpersonal

2.2.2.1 Definisi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal juga dikenal dengan sebutan komunikasi antarpribadi. Keduanya memiliki makna dan arti yang sama yaitu komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih, baik secara langsung (*face to face*) maupun melalui media. Dalam proses merumuskan definisinya, banyak diantara para ahli yang memperdebatkan pengertian dari komunikasi interpersonal. Walaupun demikian, menurut Bochner (seperti dikutip Liliweri, 2017) dalam bukunya komunikasi antarpersonal menegaskan bahwa para ahli telah menyepakati komponen yang terdapat dalam komunikasi antarpersonal yaitu “setidaknya melibatkan dua orang komunikator, yang secara sengaja berorientasi satu sama lain, baik sebagai pengirim maupun penerima, yang tindakannya dapat memanasikan sudut pandang masing – masing untuk diri sendiri ataupun orang lain”.

Definisi komunikasi interpersonal menurut Joseph A.Devito (1989) dalam bukunya *Interpersonal Communication* (Komunikasi Interpersonal), diartikan sebagai berikut:

- 1) Komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan suatu pesan yang dilakukan oleh dua orang atau beberapa orang dalam sekelompok kecil, sehingga menimbulkan efek dan umpan balik secara langsung
- 2) Komunikasi bersifat menghubungkan (*connected*) satu individu dengan individu lainnya, yang berdampak pada seluruh aspek kehidupan manusia.

Dalam konteks ini, komunikasi interpersonal terjadi karena interaksi antarpribadi yang mempengaruhi individu lain dengan berbagai cara.

- 3) Komunikasi interpersonal merupakan serangkaian interaksi verbal dan non verbal yang saling ketergantungan satu sama lain atau disebut *interdependent people*, yakni komunikasi dilakukan dengan orang yang sudah memiliki hubungan erat atau intim sehingga besar kemungkinan untuk saling mempengaruhi. Misalnya, komunikasi interpersonal yang dilakukan ayah dan anaknya, sepasang kekasih, dua orang sahabat hingga kelompok kecil seperti keluarga. (Liliweri, 2017).

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal umumnya dilakukan untuk membangun suatu hubungan antara pengirim dan penerima pesannya. Menurut Yasir (2020), dalam perkembangannya komunikasi interpersonal merupakan suatu proses komunikasi yang bersifat impersonal, lalu berkembang ke arah interpersonal atau intim. Selain itu komunikasi interpersonal melibatkan hubungan yang aktif, baik pengirim maupun penerima pesan dapat memberikan timbal balik (*feedback*) secara langsung. Maka dari itu posisi keduanya tidak tetap sebagai pengirim saja atau penerima pesan saja, tetapi terlibat secara aktif dalam memberikan tanggapan secara bergantian.

2.2.2.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Setiap individu memiliki tujuan yang berbeda-beda dalam berkomunikasi. Menurut Yasir (2020) dalam bukunya pengantar ilmu komunikasi, tujuan – tujuan dalam komunikasi interpersonal tidak selalu dilakukan atas dasar kesadaran

maupun maksud tertentu, tetapi dapat dilakukan pula secara tidak sadar atau tanpa maksud tertentu, seperti berikut:

1) Mengetahui diri sendiri dan orang lain

Komunikasi interpersonal memberikan kita pemahaman akan diri sendiri berdasarkan persepsi orang lain, yang dijalin melalui komunikasi interpersonal. Selain itu, melalui komunikasi interpersonal kita dapat memprediksi, memahami serta mengetahui sikap dan tindakan orang lain kepada kita.

2) Mengetahui dunia luar

Komunikasi interpersonal memungkinkan kita untuk mengetahui segala informasi perihal lingkungan sekitar dan peristiwa yang sedang hangat dibicarakan masyarakat. Meskipun media massa ikut andil dalam memberikan informasi, namun pada hakikatnya tak bisa dipungkiri bahwa kenyataannya, nilai, sikap, keyakinan hingga perilaku manusia mayoritasnya dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal dibandingkan media massa.

3) Menciptakan dan memelihara hubungan yang bermakna

Sebagai makhluk individu dan makhluk sosial, dalam kesehariannya manusia selalu berusaha untuk menciptakan dan memelihara hubungan bermakna dengan orang lain. Hal ini dikarenakan manusia tidak ingin hidup terisolasi dari lingkungannya dan membutuhkan rasa cinta dari orang lain. Maka dari itu, sebagian besar komunikasi interpersonal bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan bermakna.

4) Mengubah sikap dan perilaku

Saat berkomunikasi, kita seringkali berusaha untuk mengubah sikap dan perilaku orang lain atau sederhananya mempengaruhi orang lain. Seperti, mencoba hal baru, mempercayai sesuatu benar atau salah, membeli suatu barang, dsb.

5) Bermain dan mencari hiburan

Bermain dalam konteks komunikasi interpersonal adalah untuk memperoleh kesenangan sebagai salah satu hiburan agar dapat memberikan suasana rileks dalam menjalani kehidupan.

6) Membantu

Sebagian profesi seperti psikolog, dan psikiater bertanggung jawab untuk menolong pasiennya melalui komunikasi interpersonal. Tak hanya itu, kita sebagai manusia pun kerap kali menolong orang lain dengan cara memberikan saran dan nasihat kepada orang lain saat merasakan kesulitan (Yasir, 2020).

2.2.2.3 Jenis – jenis Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal dapat berlangsung dalam beberapa jenis, seperti yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu komunikasi Teori dan Praktek, mengkategorikan komunikasi interpersonal dalam dua jenis berdasarkan sifatnya, sebagai berikut:

1) Komunikasi Diadik (*Diadic Communication*)

Komunikasi diadik merupakan jenis komunikasi interpersonal yang hanya melibatkan dua orang pelaku komunikasi, yakni komunikator yang

mengirimkan pesan dan komunikan yang menerima pesan. Maka dari itu, komunikasi diadik bersifat intens karena percakapannya hanya terdiri dari dua orang.

2) Komunikasi Triadik (*Triadic Communication*)

Komunikasi triadik merupakan jenis komunikasi interpersonal yang melibatkan tiga orang pelaku komunikasi, yakni satu orang komunikator dan dua orang komunikan. Komunikasi diadik dinilai lebih efektif dalam prosesnya dibandingkan dengan triadik. Hal ini dikarenakan, komunikator memberikan perhatian sepenuhnya kepada komunikan, sehingga ia dapat mendominasi *frame of reference* komunikan dan *feed back* yang diberikan (Effendy, 2003).

2.2.3 Fashion

Istilah *fashion* sangat dekat dengan kata perubahan. Pasalnya, *fashion* selalu menyuguhkan pembaharuan secara terus menerus, dan berfokus pada perubahan (Midiani et al., 2015). Menurut Polhemus dan Procter seperti dikutip Midiani et al, pada masyarakat kontemporer Barat, istilah *fashion* kerap kali digunakan untuk mengganti istilah gaya, dandanan serta busana (Midiani et al., 2015).

Lebih lanjut mengenai definisi *fashion*, menurut Barnard Malcolm secara etimologis, *fashion* diserap dari bahasa Latin, yaitu *factio* yang berarti “membuat”. Sementara itu, *fashion* juga dimaknai dengan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang. Namun, berbeda halnya dengan saat ini, terjadi pergeseran makna dimana *fashion* lebih dimaknai sebagai sesuatu yang hanya

dikenakan oleh seseorang (Barnard Malcolm, 2007). Istilah *fashion*, tidak hanya berhubungan dengan pakaian dan atribut pendukungnya saja, melainkan termasuk gaya berbusana atau perilakunya (Midiani et al., 2015). Beberapa produk *fashion* diantaranya adalah pakaian, sepatu, aksesoris hingga dandanan (tata rias).

2.2.3.1 Sejarah Perkembangan Fashion

Fashion sebagai gaya hidup manusia bersifat dinamis dan selalu berkembang dari masa ke masa. Perkembangan tersebut acap kali dipengaruhi oleh keadaan sosial saat itu seperti budaya, lingkungan dan segala situasi yang berkenaan dengan kehidupan sosial masyarakat pada masa itu, yang disebut *vice versa* (Midiani et al., 2015).

Dalam sejarah perkembangan *fashion*, tak jarang perempuan lebih mendominasi ikon perubahan *fashion* dibandingkan laki - laki. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Midiani et al., bahwa dalam merumuskan sejarah *fashion*, perempuan telah ditetapkan sebagai kiblat *fashion* karena perubahannya lebih dinamis daripada *fashion* laki-laki yang membutuhkan waktu puluhan dekade untuk berevolusi (Midiani et al., 2015).

Sepintas mengenai sejarah lahirnya *fashion* di antara kehidupan manusia menurut Al-Asfihani (seperti dikutip dalam Cut Adetya, 2020) dimulai pada tahun 1000 Masehi, yang mana saat itu model pakaian mengikuti gaya Eropa klasik abad ke -16 dengan potongan model baju besar dan tidak minimalis. Sehingga pada zamannya, model pakaian tersebut terbilang sopan dan modis di dunia *fashion* barat. Selanjutnya, menurut Midianni et al dalam bukunya ekonomi kreatif, perkembangan *fashion* di awal abad ke-20 khususnya pada perempuan,

masih menggunakan korset ketat menuruti gaya *fashion* yang populer di abad sebelumnya. Penggunaan korset sebagai *trend fashion* berlangsung cukup lama hingga pada tahun 1912, Paul Poitret menjadi pelopor yang membebaskan perempuan untuk tidak menggunakan korset lagi. Di tahun ini, dinamika perubahan *fashion* pada perempuan mulai beranjak ke arah modern dengan inovasi kemunculan banyaknya desainer dunia seperti perancang mode yang saat ini kita kenal Coco Chanel, Elsa Schiaparelli dan Madeleine Vionnette. Peristiwa tersebut menjadi permulaan bagi perkembangan *fashion* hingga saat ini.

Di Indonesia, perkembangan *fashion* mulai nampak pada tahun 1900-an, yakni ketika munculnya Politik Etis dan pendidikan Barat diresmikan di Indonesia. Saat itu, mereka yang datang dan tinggal di Indonesia dari berbagai belahan dunia khususnya perempuan, telah menampilkan gaya *fashion* yang modis. Gaya ini mengusung tema muda, santai dan sportif. Beralih ke tahun 2000-an, industri *trend fashion* di Indonesia ditandai dengan kehadiran berbagai pertunjukan *fashion show* yang pada akhirnya memunculkan ketertarikan masyarakat terhadap dunia *fashion*. Beberapa acara *fashion show* yang diselenggarakan yaitu, seperti Bali *Fashion Week* (BFW), Jember *Fashion Carnaval* (JFC), dan Jakarta *Fashion Week* (JFW). Hingga pada tahun 2010, *trend* pakaian hijab mulai mewarnai industri *fashion* di Indonesia. Berkembangnya *trend fashion* muslim di Indonesia, didukung oleh kehadiran-kehadiran desainer ternama seperti Nunik Mawardi, Iva Lativah, Dian Pelangi, dsb (Midiani et al., 2015).

2.2.3.2 Fashion Sebagai Komunikasi

Kajian ilmu komunikasi memandang *fashion* sebagai bagian penting dalam proses komunikasi. Bukan tanpa sebab, hal ini dikarenakan saat melakukan interaksi, *fashion* berupa penampilan dan pakaian yang digunakannya oleh seseorang merupakan hal pertama yang dilihat oleh lawan bicaranya. Maka dari itu, melalui *fashion*, seorang individu juga turut mengkomunikasikan penampilannya secara non verbal. Menurut Barnard Malcolm dalam bukunya *fashion* sebagai komunikasi, menjelaskan bahwa *fashion* erat kaitannya dengan diri sendiri. Cara seseorang berpakaian, mengenakan tata rias dan bergaya dapat menunjukkan siapa identitas dirinya dimata orang lain. Bahkan, saat berkomunikasi dan berinteraksi dengan seseorang yang tidak memperdulikan penampilannya sekalipun (tidak *fashionable*), hal tersebut tetap akan dimaknai oleh orang lain sebagai sebuah pesan yang sengaja dibentuk oleh seseorang (Malcolm, 2007).

Selain itu, seseorang dikatakan memiliki kepribadian yang religius, modern, konservatif atau berjiwa muda dapat dilihat dari bagaimana pilihan seseorang dalam menggunakan pakaian yang mencerminkan dirinya (Mulyana, 2013). Pernyataan lainnya juga masih didukung oleh Deddy Mulyana dalam bukunya pengantar ilmu komunikasi bahwa, sebagian besar orang mempersepsi dan memperlakukan orang lain tergantung dengan pakaian yang dikenakannya meskipun orang tersebut sama. Misalnya, saat berinteraksi dengan orang yang mengenakan pakaian kemeja polos biasa, kita akan merasa lebih nyaman dalam berkomunikasi karena dianggap santai. Berbeda halnya, saat kita berinteraksi

dengan orang yang sama namun menggunakan pakaian lengkap meliputi jas, dasi atau berbusana militer beserta pangkatnya. Proses komunikasi yang terjalinpun akan begitu formal dan canggung (Mulyana, 2013).

Berdasarkan pemaparan diatas, *fashion* sebagai komunikasi didefinisikan sebagai simbol yang dapat dimaknai oleh orang lain atau lawan bicaranya melalui proses komunikasi. *Fashion* membawa pesan terselubung yang didalamnya dapat dipersepsikan berbeda-beda oleh orang lain tergantung latar belakang budaya, agama, ras, dan sebagainya.

2.2.4 Fashion Thrift

Mengenal istilah *thrift*, berasal dari bahasa Inggris yang diartikan sebagai hemat. Sementara itu dikutip dari situs ussfeed.com, *thrift* secara bahasa, diambil dari kata *thrive* yakni berarti berkembang atau maju. Adapun kata *thrifty* identik dengan bagaimana cara kita menggunakan uang dan barang sebaik dan seefisien mungkin (Gafara, 2019).

Pada dasarnya, *thrift* merupakan istilah untuk mengkonotasikan barang bekas yang dijual kembali dengan harga murah dan masih layak digunakan. Barang bekas tersebut mencakup segala sesuatu yang dapat digunakan oleh manusia seperti, tas, sepatu, aksesoris, peralatan rumah tangga dan lain-lain. Namun, barang yang paling sering dicari adalah pakaian. Seperti yang kita ketahui, pakaian sudah menjadi kebutuhan primer berupa sandang yang selalu dibutuhkan manusia sampai kapanpun. Oleh karenanya, kegiatan *thrift* sangat melekat dengan kegiatan berburu pakaian bekas di sejumlah toko pakaian bekas

seperti pasar senen. Kegiatan membeli pakaian bekas ini disebut dengan *thrifting*, sedangkan tempat dimana menjual pakaian bekas disebut *thrift shop*.

2.2.4.1 Asal Mula Thrift Fashion

Dilansir dari ussfeed.com (2019), fenomena *thrift fashion* sebetulnya sudah ada sejak dahulu, bahkan bermula dari satu abad yang lalu ketika revolusi industri sedang terjadi. Sejarah *thrift fashion* bermula pada abad ke-19, yang mana pada saat itu terjadi *mass-production of clothing* yang menyebabkan pakaian dibandrol dengan harga murah. Sehingga, masyarakat menganggap pakaian sebagai barang yang hanya dipakai satu kali lalu dibuang atau disebut *disposable*. Akibatnya, pakaian-pakaian yang dibuang tersebut berdampak pada meningkatnya sampah pakaian bekas.

Pada tahun 1920, di Amerika Serikat terjadi krisis ekonomi besar-besaran yang berimbas pada meningkatnya jumlah pengangguran di Amerika. Krisis tersebut akhirnya membuat masyarakat beralih berbelanja *thrift shop* untuk memenuhi kebutuhkannya karena ketidakmampuannya membeli barang baru. Seiring berjalannya waktu, penggunaan pakaian bekas memicu pegiat bisnis untuk mengembangkan industri pakaian bekas. Dalam hal ini, *Buffalo Exchange* merupakan *thrift shop* pertama yang beroperasi di tahun 1970 dan sukses mendirikan 49 gerai pada masanya.

Trend fashion thrift semakin populer ketika musisi Kurt Cobain mempromosikan gaya busana *thrift style* pada tahun 1990. Gaya *fashionnya* disebut dengan istilah *grunge* yakni perpaduan *fashion* yang berbalut busana *ripped jeans*, *flanel shirt* dan *layering* pada pakaiannya. Sebagai *trend setter*, Kurt

Cobain telah mengenalkan *thrift style* kepada penggemarnya yang kemudian mulai digandrungi remaja-remaja pada zamannya (Gafara, 2019).

2.2.5 Remaja

2.2.5.1 Pengertian Remaja

Istilah remaja menurut Golinko (seperti dikutip dalam Jahja, 2011) didapat dari bahasa Latin yaitu *adolescere* yang artinya *to grow* atau *to grow maturity*. Sedangkan DeBrun, membuat definisi mengenai remaja sebagai masa pertumbuhan remaja dari kanak-kanak menuju tingkat masa dewasa.

Piaget (Seperti dikutip dalam Hurlock, 1980) menegaskan bahwa secara universal kata remaja memiliki arti yang sangat luas dan mencakup segala ruang lingkup seperti maturitas mental, sosial, emosional dan fisik. Masa remaja dalam kajian psikologis adalah masa dimana seorang remaja mulai berbaur dengan orang dewasa hingga membentuk satu kesatuan. Di masa ini pula, remaja beranggapan bahwasanya posisi mereka di kehidupan bermasyarakat, telah setara dengan orang dewasa terutama dalam hal mengemukakan haknya. Karena di usia remaja ini, terjadi transformasi kognitif yang membuat remaja memiliki cara berpikirnya sendiri untuk mencapai hubungan sosial bersama orang dewasa.

Selain terjadi perubahan pola pikir, remaja juga menerima perubahan yang signifikan secara fisik maupun psikologis. Perubahan fisik pada remaja dapat dilihat dari pertumbuhan badannya yang hampir mencapai wujud badan orang dewasa, diikuti dengan perkembangan alat reproduksi (Agustiani, 2006).

Dari beberapa definisi yang telah dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa remaja merupakan fase peralihan antara masa kanak-kanak menuju

dewasa, diiringi dengan perubahan pada segi biologis, emosionalitas, kognitif dan sosial. Pada masa ini, remaja mulai memperhatikan apa yang menjadi identitas dirinya, sehingga proses pencarian jati diri kerap terjadi pada masa ini. Remaja juga, turut menentukan gaya hidup, perilaku, dan nilai yang dipercayainya sesuai dengan dirinya sendiri.

2.2.5.2 Ciri – Ciri Masa Remaja

Masa remaja seringkali dimaknai sebagai masa perubahan atau masa transisi. Oleh karena itu, setiap periode atau masa dalam kehidupan manusia memiliki ciri-ciri yang berbeda-beda dengan masa sebelum remaja atau masa sesudah remaja (Hurlock, 1980). Menurut Jahja (2011), terdapat ciri – ciri masa remaja yang sedang mengalami perubahan, sebagai berikut:

- 1) Meningkatnya kondisi emosional remaja yang cenderung cepat berubah atau disebut sebagai *masa storm & stress*. Kondisi ini berkaitan dengan perubahan fisik remaja terutama dari segi hormon. Pada masa ini, remaja seringkali mendapatkan banyak tuntutan dan tekanan dari lingkungannya. Salah satunya adalah menjadi lebih dewasa dalam menghadapi persoalan dan belajar untuk bertanggung jawab.
- 2) Terjadi perubahan fisik yang melesat cepat dan diiringi berkembangnya kematangan seksual. Perubahan fisik ini meliputi sistem internal dan eksternal. Perubahan pada sistem internal yakni sistem sirkulasi (peredaran), respirasi dan pencernaan. Sedangkan pada sistem eksternal meliputi tinggi badan, berat badan, hingga proporsi tubuh.

- 3) Perubahan dalam menjalin hubungan dengan orang lain dan sesuatu yang dianggap menarik bagi dirinya. Pada masa ini, remaja cenderung memilih ketertarikan mereka pada hal yang lebih penting untuk kelangsungan hidupnya. Selain itu, terjadi perubahan dalam pola menjalin suatu hubungan, dimana remaja lebih berorientasi pada lawan jenis dan orang dewasa.
- 4) Perubahan nilai, yaitu terjadi pergeseran makna dan pola pikir dimana sesuatu yang dianggap penting saat masa kanak-kanak, tidak lagi dipersepsi sama karena perubahan nilai yang dianutnya saat dewasa.
- 5) Timbulnya sikap *ambivalen* pada remaja dalam menghadapi perubahan. Pada masa ini, seorang remaja selalu mendambakan kebebasan. Namun, hal tersebut tidak diiringi dengan kesiapan remaja dalam memikul tanggung jawab akan konsekuensi yang diberikannya. Mereka merasa takut dan meragukan kemampuannya untuk mengemban tanggung jawab tersebut.

2.2.5.3 Fase – Fase Remaja

Secara umum menurut Kanopka (Seperti dikutip dalam Agustiani, 2006) fase – fase remaja dibagi menjadi tiga, seperti dijelaskan dibawah ini:

1) Masa Remaja Awal (12 – 15 tahun)

Pada masa ini, mulai tumbuh rasa kemandirian pada remaja dengan meninggalkan identitas serta peranannya sebagai anak – anak yang identik dengan belum matangnya kondisi fisik, psikologis dan kognitif. Remaja pada usia ini juga, sedang gencar dalam mencari jati diri untuk

perkembangan dirinya agar dipandang sebagai individu yang unik dan tidak bergantung pada orang tuanya. Fase ini berfokus pada sikap remaja dalam menerima perubahan fisiknya dan adaptasi dengan teman sebayanya.

2) Masa remaja pertengahan (15-18 tahun)

Remaja di fase ini, ditandai dengan perkembangan pesat dalam kemampuan kognitif untuk melihat pandangan-pandangan baru. Remaja mulai berorientasi penuh terhadap kemampuan untuk mengarahkan diri sendiri secara mandiri tanpa bantuan teman sebaya. Mereka juga mulai dewasa secara tingkah laku, mampu mengontrol tindakan dan emosinya serta memaksimalkan potensi – potensi akademis yang ada pada dirinya berdasarkan keinginannya. Hingga, membuka diri pada lawan jenisnya.

3) Masa remaja akhir (19 - 22 tahun)

Pada periode ini, remaja merupakan separuh dari orang dewasa. Remaja mulai memasuki fase-fase menjadi orang dewasa, sehingga pada periode ini remaja berusaha keras untuk menetapkan tujuan karirnya atau bidang yang akan ditekuninya kelak dan membangun identitas dirinya. Biasanya, remaja pada tahap ini bertingkah seakan-akan dirinya sudah matang atau dewasa, karena adanya keinginan untuk diterima dalam kelompoknya, baik teman sebaya maupun orang dewasa.

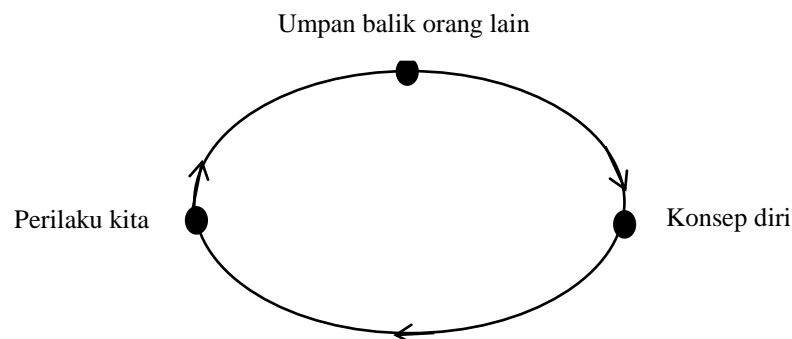
2.2.6 Konsep Diri

2.2.6.1 Definisi Konsep Diri

Dalam kajian psikologi, konsep diri sebagai konstruk menjelaskan tentang diri sendiri yang berkaitan dengan bagaimana seorang individu memaknai tindakan dan keberadaan dirinya sendiri. Jalaluddin (2012) dalam bukunya psikologi komunikasi menegaskan bahwa konsep diri adalah gambaran, pandangan, perasaan serta penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri yang bersifat psikologi, sosial dan fisik.

Sementara itu Mulyana (2013), memandang konsep diri dari segi komunikasi, yakni didefinisikan sebagai persepsi seorang individu mengenai identitas dirinya yang hanya dapat diperoleh berdasarkan proses pertukaran pesan dan informasi melalui komunikasi bersama orang lain. Secara sederhana, seorang individu dapat mengetahui siapa dirinya, bagaimana penampilan dirinya, tindakan dan tingkah laku dirinya lewat percakapan verbal maupun nonverbal yang diberikan orang lain kepada dirinya. Sehingga melalui pesan-pesan itulah, seseorang mengembangkan konsep dirinya. Konsep diri seseorang tidak terbentuk dari faktor genetik, tetapi tumbuh dan berkembang sendirinya atas pengalaman individu selama menjalani kehidupan secara berkesinambungan dan terdiferensiasi (Agustiani, 2006). Dalam prosesnya, pembentukan konsep diri secara sederhana dapat digambarkan seperti berikut:

Gambar 2.1 Proses pembentukan konsep diri



Dimensi – dimensi konsep diri seperti penampilan fisik, latar belakang pendidikan, agama, ras, pengalaman dan sebagainya kita tanamkan dan diyakini sebagai konsep diri kita melalui pernyataan umpan balik dari orang lain yang beranggapan bahwa dimensi-dimensi tersebut sesuai dengan diri kita. Sehingga pada akhirnya kita mengkonstruksi perilaku dan konsep diri kita sesuai dengan keinginan orang lain memandang kita (Mulyana, 2013).

George Herbert Mead (Seperti dikutip dalam Mulyana, 2013) mengasumsikan bahwa konsep diri setiap individu didapat dari pengalaman berinteraksi dirinya dengan orang lain dan masyarakat. Menurut Charles Horton Cooley (seperti dikutip dalam Jalaluddin, 2012), berpendapat bahwa konsep diri disebut dengan *looking glass self* yang berarti kita memposisikan diri kita sebagai orang lain tentang bagaimana mereka memandang dan mempersepsi diri kita.

Oleh karenanya, peran orang lain dalam membentuk konsep diri sangat krusial karena melalui orang lain lah kita menentukan konsep diri apa yang sesuai dengan diri kita dimata orang lain. Meski begitu, pada kenyataannya persepsi yang diberikan orang lain terkadang tidak sesuai dengan diri kita yang sebenarnya. Hal ini dikarenakan kita selalu berusaha mengkonstruksi diri kita

sebaik mungkin dihadapan orang lain sehingga orang lain hanya melihat diri kita yang nampak ideal saja. Akibatnya, aspek-aspek konsep diri yang diperlihatkan oleh seseorang pada orang lain kerap dipersepsikan sebagai dirinya yang sebenarnya.

2.2.6.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri

Dalam prosesnya, pembentukan konsep diri dipengaruhi oleh beberapa faktor. Secara umum, faktor terdekat yang dapat mempengaruhi konsep diri kita yaitu berasal dari keluarga, atau orang tua. Keluarga merupakan sarana pembelajaran pertama saat manusia lahir ke dunia. Merekalah yang pertama kali menanamkan konsep diri kita, tentang siapakah kita, bagaimana diri kita, apakah kita bodoh atau pintar, apakah kita cantik atau tampan dan sebagainya. Hal tersebut ditanamkan melalui proses komunikasi yang dijalin setiap saat. Menurut Rakhmat Jalaluddin dalam bukunya psikologi komunikasi, terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi konsep diri, sebagai berikut:

1) Orang lain (*Significant Other*)

Konsep diri seseorang terbentuk berdasarkan penilaian yang diberikan orang lain terhadap dirinya. George Herbert Mead (1934), menyatakan bahwa *significant other* berhubungan dengan orang yang paling penting dalam hidup seseorang. Yakni, orang tua, saudara dan orang yang satu atap dengan dirinya. Richard Dewey dan W.J. Humber (1966:105) menyebutnya *affective others*, yaitu orang lain yang dikategorikan memiliki keterikatan emosional dengan dirinya. Dalam perkembangannya, *significant others* akan mempengaruhi segala aspek dalam diri seseorang

dan menyentuhnya secara emosional seperti pikiran, perasaan dan perilaku.

2) Kelompok Rujukan (*Reference Group*)

Untuk memenuhi kehidupan manusia dalam bergaul, mereka selalu membutuhkan kelompoknya agar berkembang. Dalam hubungan ini, setiap individu pastilah menjadi bagian pada suatu kelompok, seperti kelompok Ikatan Dokter Indonesia, Persatuan Bulutangkis, Ikatan Sarjana Komunikasi dan sebagainya. Setiap kelompok tersebut memiliki tata tertib atau norma tertentu yang berbeda satu sama lain tergantung konteksnya. Beberapa diantaranya, terdapat kelompok yang mengikat seseorang secara emosional sehingga memberikan dampak signifikan terhadap pembentukan konsep diri seseorang. Ketika seseorang tergabung dalam sebuah kelompok, ia akan berusaha untuk menyesuaikan perilaku dirinya berdasarkan dengan visi misi kelompok rujukannya (Rakhmat Jalaluddin, 2012).

2.2.6.3 Komponen Pembentuk Konsep Diri

Konsep diri seorang individu selalu berkaitan erat dengan adanya komponen yang membentuk konsep diri. Menurut Jalaluddin (2012), menyatakan bahwa konsep diri terbentuk atas dua komponen yang disebut sebagai komponen kognitif dan komponen afektif. Komponen kognitif merujuk pada keyakinan seseorang terhadap apa yang ia pikirkan mengenai dirinya sendiri. Sedangkan, komponen afektif merujuk pada aspek perasaan yang menyentuh emosional seseorang mengenai konsep dirinya. Bilamana ditinjau dari konteks psikologi

sosial, komponen kognitif disebut dengan *self image* (citra diri), dan *self esteem* (harga diri) untuk sebutan komponen afektif.

Elizabeth, B, Hurlock (seperti dikutip dalam Utami, 2019) juga memberikan pendapatnya mengenai komponen konsep diri yang dibagi menjadi tiga aspek, berikut penjelasannya:

- 1) *Perceptual component*, merupakan gambaran fisik yang berkaitan dengan penampilan tubuhnya serta impresi yang dibentuk terhadap orang lain. komponen ini meliputi segala sesuatu yang berkaitan dengan kondisi fisik seseorang, seperti daya tarik dan makna fundamental dari bagian - bagian tubuh seorang individu yang berpengaruh pada tingkah laku seseorang kepada orang lain.
- 2) *Conceptual component*, yakni pemahaman individu mengenai karakteristik psikologis yang membedakan keunikan dirinya dengan orang lain. Unsur – unsur pembentuk *conceptual component* melibatkan kualitas seseorang dalam hal kemandirian, rasa kepercayaan diri, keberanian, kelemahan, dan kelebihan dirinya.
- 3) *Attitudinal component*, berkaitan dengan perasaan individu tentang dirinya sendiri yang bersangkutan dengan perilakunya di masa kini dan di masa yang akan datang. Serta, perasaan seorang individu dalam memposisikan seberapa pantas dirinya dalam kehidupan yang mempengaruhi sikap rasa malu dan kepercayaan dirinya. Dalam upaya untuk membentuk kebermaknaan hidup seorang individu, komponen ini terdiri dari nilai, keyakinan, prinsip, aspirasi, komitmen dan kepercayaan.

2.2.6.4 Aspek – Aspek Konsep Diri

Calhoun dan Acocella (1990), menjelaskan bahwa konsep diri seorang individu memiliki beberapa aspek – aspek atau dimensi – dimensi, yaitu pengetahuan akan dirinya, pengharapan akan dirinya serta penilaian mengenai dirinya, seperti yang dijelaskan dibawah ini:

1) Pengetahuan

Aspek pertama memberikan penjelasan tentang apa yang seorang individu ketahui mengenai deskripsi dirinya sendiri. Seseorang pastinya memiliki gambaran mengenai siapa dirinya, suku bangsa, jenis kelamin, ras, agama hingga pekerjaan dirinya sendiri. Dengan membandingkan dirinya dengan orang lain atau kelompok rujukannya, seseorang dapat memperoleh konsep diri dan pengetahuan dirinya.

2) Pengharapan

Aspek kedua konsep diri menyangkut dengan apa yang diharapkan atau cita – cita seseorang di masa depan. Dalam hubungannya, pengharapan merupakan probabilitas seseorang akan menjadi apa kelak, hal ini disebut juga sebagai diri yang ideal (*self ideal*). Keinginan setiap orang tidak dapat digeneralisasi, sebab setiap individu mempunyai pemaknaan ideal yang berbeda – beda.

3) Penilaian

Dalam hal ini, individu menempatkan dirinya sebagai pengevaluasi untuk dirinya sendiri. Seorang individu memainkan peran untuk menilai dirinya sendiri, tentang seberapa besar kita menyenangi diri sendiri yang pada

akhirnya membentuk rasa harga diri. Jika terjadi kesenjangan antara pandangan kita mengenai *self ideal* dengan realita diri sendiri, maka akan membentuk harga diri yang rendah. Begitupun sebaliknya, jika seseorang cenderung menyukai dirinya sendiri dan hidup berdasarkan dengan apa yang ia sukai, itu tandanya terdapat rasa harga diri yang tinggi.

2.2.6.5 Jenis – Jenis Konsep Diri

Konsep diri seseorang terbagi menjadi dua jenis, menurut Calhoun & Acocella (1990), konsep diri terdiri dari konsep diri positif dan konsep diri negatif. Seperti yang dijelaskan dibawah ini:

1) Konsep Diri Positif

Komponen utama yang ada pada seorang individu dengan konsep diri positif adalah sikap menerima diri sendiri, yakni memahami dan menghargai fakta – fakta mengenai dirinya sendiri dengan baik. Meski begitu, bukan berarti seorang individu tidak pernah merasa kecewa pada dirinya sendiri, melainkan memandang suatu kekecewaan sebagai bagian dari dirinya untuk proses evaluasi dengan berpikir positif. Apabila dalam diri seseorang tertanam konsep diri positif, dirinya dapat menciptakan peluang besar untuk mencapai segala tujuan hidupnya dengan mudah sesuai dengan realitas dan kemampuannya. Selain itu, individu yang memiliki konsep diri positif cenderung mampu untuk menghadapi setiap lika – liku dalam kehidupannya. Serta, menganggap kehidupan ini adalah suatu proses temuan baru yang dilakukan terus menerus.

2) Konsep Diri Negatif

Calhoun dan Acocella mengklasifikasikan konsep diri menjadi dua tipe, yakni:

(1) Pandangan seorang individu terhadap diri sendiri yang tidak terstruktur, tidak mengetahui perasaan, kestabilan dan integritas dirinya sendiri. Dalam konteks ini, individu tersebut tidak mengenal siapa dirinya, apa yang menjadi kelemahan dan kekurangan dirinya, atau apa saja hal yang paling dihargai dirinya dalam kehidupan ini. Situasi seperti ini lazimnya terjadi pada remaja yang masih dalam masa transisi.

(2) Kondisi dimana seorang individu terlalu memandang dirinya stabil dan terstruktur atau disebut kaku. Kemungkinan, kondisi tersebut dapat terjadi karena adanya didikan yang terlalu keras, sehingga membentuk konsep diri terlalu sempurna dengan tidak memberikan celah sedikitpun untuk dirinya melakukan penyimpangan. Hal ini dikarenakan dirinya menciptakan dasar hukum yang menurutnya tepat dalam pikirannya. Selanjutnya, individu dalam hubungan ini menganggap perubahan dan informasi baru sebagai suatu sumber kecemasan dan ancaman bagi dirinya sendiri.

2.2.6.6 Pengaruh Konsep Diri Terhadap Komunikasi Interpersonal

Menurut Rakhmat Jalaluddin dalam bukunya Psikologi Komunikasi, terdapat beberapa hal yang mempengaruhi komunikasi interpersonal akibat konsep diri, yaitu:

1) Nubuat yang Dipenuhi Sendiri

Tendensi seseorang untuk bertingkah laku searah dengan konsep diri disebut “nubuat yang dipenuhi sendiri”. Apabila seorang gadis menganggap dirinya cantik dan menarik berdasarkan perkataan orang lain, maka gadis tersebut akan berusaha untuk memenuhi ekspektasi orang lain dengan tetap menjaga penampilannya. Hal ini juga berlaku bagi kesan negatif, seperti saat seseorang dianggap bodoh oleh orang lain, maka ia akan menganggap dirinya bodoh pula, dan menjadi orang yang benar-benar bodoh. Sehingga ungkapan mengenai konsep diri dan tingkah laku dapat disimpulkan dengan pepatah : *you're what you think* atau dirimu adalah apa yang kamu pikirkan.

2) Membuka Diri

Saat seseorang mengenal dan mengetahui dirinya dengan baik, maka akan meningkatkan kualitas dirinya ketika berkomunikasi. Pada saat yang sama, seseorang akan menambah pengetahuan tentang dirinya melalui komunikasi pula. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan sikap membuka diri agar konsep diri menjadi lebih dekat dengan realita. Apabila seseorang memiliki konsep diri yang sesuai dengan pengalamannya, ia akan menjadi pribadi yang terbuka dalam menerima pandangan – pandangan dan pengalaman baru, serta lebih saksama dalam memandang diri sendiri dan orang lain.

3) Percaya Diri (*Self Confidence*)

Seseorang yang memiliki konsep diri negatif seperti tidak percaya diri, cenderung gagal dalam proses komunikasi interpersonal. Orang tersebut menganggap dirinya tidak mampu menghadapi suatu masalah sehingga membentuk rasa kurang percaya diri. Mereka yang tidak percaya diri, berusaha sebisa mungkin untuk menghindari situasi berkomunikasi karena timbul rasa ketakutan akan diolok-olok atau diejek. Seseorang yang takut berkomunikasi disebut sebagai *communication apprehension*, yaitu orang – orang yang berusaha semaksimal mungkin untuk tidak terlibat dalam proses komunikasi dan menarik diri dari lingkungannya.

4) Selektivitas

Menurut Taylor et al, perilaku seseorang saat berkomunikasi dipengaruhi oleh konsep diri, karena hal tersebut berpengaruh pada pesan apa yang dapat memutuskan seseorang untuk membuka diri, bagaimana seseorang mempersepsikan pesan tersebut dan ingatan apa yang melekat dalam pesan tersebut. Setiap individu berperilaku dan mengkomunikasikan pesannya sesuai dengan konsep dirinya masing-masing (Jalaluddin, 2012).

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori Interaksi Simbolik

Hakikatnya, manusia tidak pernah lepas dari keterlibatan dirinya untuk berinteraksi dengan sesamanya melalui komunikasi. Saat proses komunikasi berlangsung, secara bersamaan pula terjadi pertukaran simbol yang dimaknai oleh lawan bicaranya. George Herbert Mead menyebutnya sebagai teori interaksi simbolik. Sebagai pencetus teori interaksi simbolik, Mead berpendapat bahwa

tindakan seorang individu didasari oleh makna simbol dalam situasi tertentu (West & Turner, 2008). Lebih jelasnya pandangan Mead menyatakan, simbol – simbol yang kita berikan saat berkomunikasi akan dipersepsi oleh orang lain dan menciptakan tindakan seseorang untuk berperilaku sesuai dengan persepsi yang diberikan oleh orang lain kepada kita. Intinya, akibat pertukaran simbol tersebut kita menciptakan tindakan dan perilaku tertentu dengan menimbang ekspektasi orang lain atau lawan bicara kita.

Sekilas mengenai sejarah teori interaksi simbolik, dicetuskan oleh George Herbert Mead (1863 - 1931). Teori interaksi simbolik terbentuk di dua universitas, yakni University of Iowa dan University of Chicago. Dari University of Iowa, pencetus yang menyumbangkan ide-ide orisinal teori interaksi simbolik dan berkontribusi dalam perkembangan teori ini adalah Manford Kuhn dan mahasiswanya. Salah satu asumsi teori interaksi simbolik yang dikembangkan Mahzab Iowa berfokus pada sudut pandang baru mengenai konsep diri. Akan tetapi, perspektif ini banyak mendapatkan kritik yang menyatakan bahwa asumsi tersebut tidak biasa sehingga teori interaksi simbolik lebih lanjut dikembangkan kepada Mahzab Chicago. Disinilah George Herbert Mead yang juga merupakan teman sefakultas ahli pragmatis John Dewey, memberikan pandangan – pandangannya mengenai inti dari teori interaksi simbolik saat mengajar di Universitas Of Chicago. Mahzab Chicago menekankan pada teori sosial yang berpusat pada komunikasi dan interaksi sosial sebagai suatu hal yang sangat fundamental bagi kehidupan. Kemudian, setelah Mead wafat, mahasiswanya Herbert Blumer melanjutkan penelitian Mead yang pada akhirnya lahir sebuah

nama teori interaksi simbolik dan dibukukan dengan judul “*Mind, self and society*” (West and Turner, 2008).

Teori interaksi simbolik berakar dari interaksi sosial beserta seperangkat simbol-simbol didalamnya yang kemudian diinterpretasikan atau dimaknai oleh seseorang. Dalam konteks ini, seseorang tidak hanya memaknai orang lain saja sebagai objeknya, melainkan bisa berupa benda mati, sebuah peristiwa hingga diri sendiri yang dipandang sebagai subjek.

Maksud dari simbol – simbol dalam teori interaksi simbolik dapat berupa simbol verbal maupun non verbal. Bahasa merupakan simbol utama dalam komunikasi verbal, melalui bahasa yang dikemas sebagai suatu pesan saat berkomunikasi, terdapat makna – makna yang kita ciptakan. Bahasa memungkinkan seseorang untuk mengungkapkan apa yang kita rasakan dan pikirkan mengenai orang lain dan diri sendiri. Sementara itu, secara non verbal teori interaksi simbolik meliputi perilaku nonverbal seperti bahasa tubuh serta atribut dan gaya berbusana seseorang.

Kajian teori interaksi simbolik menggarisbawahi gagasan – gagasan mengenai diri dan hubungan bersama masyarakat. LaRossa dan Retzes (seperti dikutip dalam West & Turner, 2008) menyatakan bahwa teori interaksi simbolik menekankan pada tiga tema besar, yaitu :

- 1) Pentingnya suatu makna bagi perilaku manusia
- 2) Pentingnya konsep mengenai diri sendiri
- 3) Hubungan seorang individu dengan masyarakat

Tema pertama yang diusung teori interaksi simbolik menegaskan prinsip, bahwa setiap individu menciptakan makna berdasarkan proses komunikasi dengan orang lain. Makna dalam konteks ini, tidak dapat terbentuk dengan sendirinya, tetapi dibutuhkan konstruksi yang diinterpretasikan orang lain agar dapat menciptakan sebuah makna yang kemudian disepakati bersama. Menurut LaRossa dan Reitzes (seperti dikutip dalam West & Turner, 2008), tema ini sesuai dengan asumsi teori interaksi simbolik yang dikemukakan oleh Blumer dalam karyanya :

- 1) Manusia bertindak sesuai dengan makna yang diberikan orang lain.

Blumer menjelaskan bahwa perilaku dan tindakan seseorang secara sadar didasarkan pada hubungan antara stimulus dan respon yang kita berikan saat berkomunikasi tergantung pada stimulus itu sendiri. Suatu simbol yang diberi makna berdasarkan kesepakatan bersama merupakan kajian utama dari interaksi sosial. Maka dari itu, asumsi ini berpusat pada apakah makna konotasi dibalik suatu tindakan yang diberikan orang lain kepada kita.

- 2) Interaksi sesama manusia menciptakan makna

Sebuah makna dapat terbentuk hanya saat orang – orang menginterpretasikan suatu simbol secara sama dalam proses interaksi. Menurut Blumer, asal usul sebuah makna dijelaskan dalam tiga cara, yakni pertama, makna bersifat intrinsik pada suatu hal, pendekatan kedua menegaskan bahwa makna pada suatu hal dibawa oleh seseorang yang memaknainya sedemikian rupa. Terakhir, makna merupakan produk sosial yang diciptakan melalui penafsiran seorang individu saat berinteraksi.

3) Makna akan dimodifikasi melalui proses interpretatif

Proses interpretatif menurut Blumer terbagi menjadi dua tahap. Tahap pertama, seorang individu menentukan dan menyampaikan hal-hal yang mempunyai makna. Kedua, seorang individu tersebut memverifikasi, memilih, dan mentransformasi makna sesuai konteksnya.

Tema besar kedua, berfokus pada peran konsep diri yang signifikan dalam teori interaksi simbolik. Konsep diri dapat didefinisikan sebagai kumpulan persepsi yang diyakini seorang individu mengenai dirinya sendiri. Terdapat dua asumsi tambahan yang mendukung tema ini, sebagai berikut:

1) Konsep diri seorang individu dikembangkan melalui interaksi bersama orang lain

Asumsi ini menjelaskan bahwa konsep diri seseorang tidak terbentuk dari lahir, melainkan dibentuk melalui interaksi kita dengan orang lain. Konsep diri seorang individu mulai terbentuk saat kanak – kanak, dimana dalam konteks ini mereka mulai mendefinisikan perbedaan dirinya dengan lingkungannya. Proses ini kemudian terus mengalami perkembangan hingga seseorang mempelajari bahasa, dan cara untuk merespon orang lain serta memahami umpan balik yang diterimanya. Peran *significant other* seperti orang tua, kakak, saudara dan sebagainya memberikan pengetahuan kepada kita tentang siapa dirilah kita.

2) Konsep diri mendasari motif seseorang untuk berperilaku

Apa yang kita rasakan berkenaan nilai, keyakinan, dan penilaian terhadap diri sendiri akan mempengaruhi perilaku kita. Seseorang

mengkonstruksikan tindakannya dan responsnya sesuai dengan keyakinan dan penilaian mengenai dirinya sendiri. Proses ini disebut sebagai prediksi pemenuhan diri atau *self-fulfilling prophecy*, yaitu prediksi atas diri sendiri yang menyebabkan dirinya bertindak sesuai dengan konsep dirinya hingga prediksi tersebut menjadi nyata.

Tema besar terakhir pada teori interaksi simbolik, berkenaan dengan hubungan diantara seorang individu dan batasan-batasan sosial. Lebih lanjut mengenai hubungan antara individu dan masyarakat dijelaskan dalam dua asumsi berikut:

1) Proses budaya dan sosial mempengaruhi orang dan kelompok

Pandangan dalam asumsi ini berpendapat bahwa norma – norma yang berlaku di lingkungan sosialnya mengikat seorang individu dalam bertingkah laku. Misalnya, seseorang mahasiswa magang yang hendak pergi ke perusahaan tempat dirinya bekerja akan mengenakan pakaian yang rapih, sopan, berbalut kemeja, dan celana panjang. Hal ini dikarenakan tuntutan dan budaya yang berkembang di lingkungan sosialnya untuk berpakaian sesuai kondisi meski di kesehariannya mahasiswa tersebut senang menggunakan kaos oblong dan celana pendek.

2) Interaksi sosial menghasilkan struktur sosial

Asumsi ini mempersoalkan pandangan yang menyatakan bahwa struktur sosial tidak dapat diubah dan membenarkan bahwa individu bisa memodifikasi situasi sosial. Dalam konteks ini, berkaitan dengan asumsi sebelumnya, dimana proses budaya mempengaruhi seseorang dalam

bertindak. Contohnya adalah, beberapa perusahaan memberlakukan peraturan dimana pada hari – hari tertentu seperti hari jum’at, karyawannya dapat menggunakan pakaian santai asalkan didasari kesepakatan bersama. Asumsi ini memecahkan anggapan bahwa struktur sosial tidak dapat diubah, dan kita tidak diambil alih secara penuh oleh budaya atau situasi (West & Turner, 2008).

2.3.2 Konsep Penting Teori Interaksi Simbolik

Konsep utama teori interaksi simbolik dibahas dalam salah satu karya tunggal Mead yang dibukukan dengan judul serupa bersama konsep itu sendiri yaitu “*Mind (Pikiran), Self (Diri) and Society (Masyarakat)*”. Ketiga konsep penting tersebut saling berkaitan dan melengkapi asumsi – asumsi yang telah dipaparkan sebelumnya, namun kata kunci utama teori interaksi simbolik bersumber pada konsep ini. Menurut West & Turner, konsep penting teori interaksi simbolik direfleksikan dalam konsep pikiran, diri dan masyarakat, seperti berikut ini:

1) *Mind* (Pikiran)

Pikiran diartikan sebagai sistem penunjukkan diri (*self-indication*), yang dipakai untuk menunjukkan makna terhadap diri sendiri dan orang lain. Melalui pikiran, manusia berbeda dengan makhluk hidup lainnya. Pikiran menyiratkan kapabilitas serta sejauh mana seorang individu menyadari dirinya sendiri mengenai siapa dirinya, apa dirinya, objek yang ada disekelilingnya, dan makna suatu objek bagi dirinya (Garniasih, 2018). Menurut Mead (seperti dikutip dalam West & Turner, 2008), pikiran

didefinisikan sebagai kecakapan seorang individu dalam menggunakan simbol yang dimaknai secara sama oleh lingkungan sosialnya. Selain itu, Mead mempercayai bahwa seorang individu mengembangkan pikirannya melalui proses komunikasi bersama orang lain. Produk utama yang dihasilkan oleh pikiran adalah sebuah simbol, dan simbol – simbol tersebut umumnya didapatkan melalui sistem nonverbal seperti bahasa tubuh, dan verbal dari penggunaan bahasa. Pisau analisis pada penelitian ini merujuk pada pemaknaan seorang individu terhadap suatu objek atau peristiwa serta simbol – simbol bermakna yang diinterpretasikan saat proses interaksi.

2) Diri (*Self*)

Teori interaksi simbolik memandang bahwa proses pengembangan diri diperoleh dari aktivitas interaksi sosial bersama orang lain. Menurut Mead (seperti dikutip dalam West & Turner, 2008) diri berhubungan dengan proses refleksi diri berdasarkan penilaian, dan perspektif orang lain kepada kita. Hal ini berarti, seorang individu harus serta merta mengambil peran orang lain atau membayangkan bagaimana diri kita dipandang orang lain untuk merefleksikan diri sendiri. Komponen pembentuk diri meliputi segala sesuatu yang dimilikinya, seperti sifat – sifatnya, latar belakangnya, perasaan tentang dirinya mengenai rasa malu atau kebanggaannya, keyakinan dirinya, penolakan terhadap dirinya serta kekurangan dan kelebihan yang dimilikinya. Kemampuan seorang individu untuk menilai diri sendiri berdasarkan pandangan orang lain akan memudahkan dirinya

untuk diterima di kelompok sosialnya, karena ia sudah mengenal dirinya sendiri dan dapat menilai apa yang menjadi kekurangan dan kelebihan dirinya.

3) Masyarakat (*Society*)

Mead mendefinisi masyarakat sebagai sebuah jaringan hubungan sosial yang dibuat oleh manusia. Aspek – aspek sosial yang mencakup masyarakat adalah budaya, agama, ras, suku dan adat istiadat yang berkembang dilingkungannya. Masyarakat berpengaruh besar dalam membentuk pikiran dan diri seorang individu. Dalam konteks ini, masyarakat yang dimaksud adalah *particular others*, atau masyarakat yang dianggap penting dalam hidup kita seperti orang tua, sahabat, serta kolega kerja kita. Untuk dapat memasuki sebuah kelompok sosial dan menilai perasaan mengenai diri sendiri, kita mempertimbangkan pendapat dan ekspetasi *particular others* yang pada akhirnya hal tersebut mempengaruhi perasaan terhadap penerimaan sosial serta perasaan atas diri sendiri atau konsep diri. Oleh karena itu, masyarakat memberikan kemampuan untuk seorang individu dalam mengendalikan diri sendiri melalui kritik – kritik yang mereka berikan.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam sebuah penelitian merupakan acuan atau alur proses analisis untuk memecahkan rumusan masalah berdasarkan teori yang telah di tetapkan sesuai dengan konteksnya. Seperti yang telah dipaparkan pada latar belakang, secara garis besar penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep diri

pengguna *trend thrift fashion* di kalangan remaja. Pisau analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori interaksi simbolik.

Menurut George Herbert Mead, gagasan pokok dari teori interaksi simbolik adalah aspek diri. Orang saling bertukar simbol saat berkomunikasi, dan pada saat yang bersamaan pula terjadi proses pemaknaan dimana masing – masing individu menginterpretasikan serta mendefinisikan simbol – simbol yang telah diberikan orang lain.

Menurut teori interaksi simbolik, konsep diri seorang individu terbentuk melalui interaksi sosial dirinya dengan orang lain atau masyarakat (*particular others*). Simbol – simbol yang dipertukarkan saat berkomunikasi menghasilkan makna bagi diri sendiri maupun orang lain, yang pada akhirnya individu merefleksikan dirinya berdasarkan sudut pandang orang lain. Maka dari itu, konsep diri seorang individu tergantung dengan cara orang lain menilai dirinya seperti apa saat berinteraksi.

Simbol dalam penelitian ini merujuk pada pakaian yang digunakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Pakaian merupakan hal utama yang dipandang orang lain saat berkomunikasi. Dengan demikian, peranan pakaian sangatlah krusial karena bersangkutan dengan bagaimana penilaian orang lain saat melihat pakaian yang kita gunakan. Pakaian mengandung seperangkat simbol mengenai bagaimana seseorang menghargai dirinya sendiri, konstruksi apa yang berusaha ia ciptakan hingga sarana untuk menunjukkan siapa dirinya di hadapan orang lain.

Busana yang dikenakan seorang individu terutama modelnya, jelas mengkomunikasikan sesuatu hal (Mulyana, 2013). Seorang individu yang menggunakan pakaian bekas atau (*thrift fashion*), dengan individu yang menggunakan pakaian baru (*fast fashion*) pasti memiliki konsep diri yang berbeda. Melalui penggunaan *trend thrift fashion*, seorang individu mencerminkan makna mengenai konsep dirinya. Kita berusaha untuk mengkonstruksi diri sebaik mungkin dihadapan orang lain, dengan harapan dapat diterima di kelompok sosial yang kita inginkan serta mendapatkan umpan balik atau respons positif dari orang lain. Tetapi, disisi lain penggunaan pakaian *thrift* seringkali direspon negatif dari masyarakat, dengan anggapan bahwa pakaian *thrift* menjadi sumber penyakit dan hanya diperuntukkan bagi konsumsi masyarakat ekonomi rendah. Pemaknaan mengenai *thrift fashion* tidak terbentuk begitu saja, hal ini berkembang terus menerus dari proses interaksi masyarakat.

Oleh sebab itu, sudut pandang dan makna yang ditetapkan masyarakat terhadap pakaian *thrift* dapat mempengaruhi konsep diri penggunanya. Konsep diri dalam hubungan ini meliputi tindakan dan alasan tertentu bagi seseorang untuk berperilaku sedemikian rupa.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, peneliti menggunakan teori interaksi simbolik untuk mengkaji konsep diri pengguna *trend thrift fashion*, karena teori interaksi simbolik memusatkan perhatiannya pada pembentukan konsep diri manusia yang terbentuk melalui interaksi sosial. Mead menentang anggapan bahwa konsep diri manusia dibentuk atas renungan diri sendiri atau intropeksi. Dengan menggunakan teori interaksi simbolik, dapat dikaji lebih

dalam tentang bagaimana pengguna *trend thrift fashion* memaknai gaya busananya, identitas dirinya dalam simbol, serta dapat mengetahui pandangan mengenai dirinya dan bagaimana masyarakat memandang dirinya saat berinteraksi. Sehingga, terbentuklah konsep diri seorang individu yang dapat mempengaruhi segala tindakan, pola pikir dan cara berkomunikasi dirinya dengan orang lain.

Konsep penting dalam teori interaksi simbolik menurut Mead, akan dijadikan sebagai elemen utama untuk menganalisis konsep diri pengguna *trend thrift fashion*, sebagai berikut:

1) *Mind* (Pikiran)

Pikiran diartikan sebagai sistem penunjukkan diri (*self-indication*), yang dipakai untuk menunjukkan makna terhadap diri sendiri dan orang lain. Melalui pikiran, manusia berbeda dengan makhluk hidup lainnya. Pikiran menyiratkan kapabilitas serta sejauh mana seorang individu menyadari dirinya sendiri mengenai siapa dirinya, apa dirinya, objek yang ada disekelilingnya, dan makna suatu objek bagi dirinya (Garniasih, 2018).

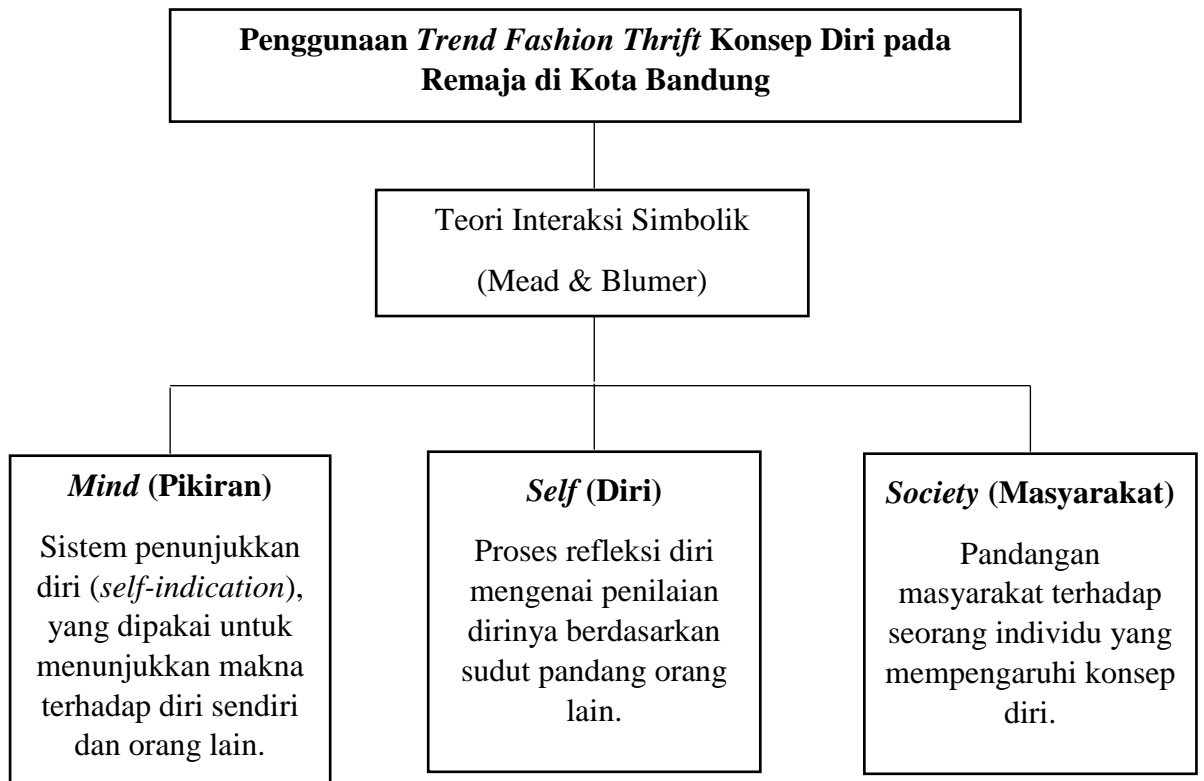
2) *Diri* (*Self*)

Teori interaksi simbolik memandang bahwa proses pengembangan diri diperoleh dari aktivitas interaksi sosial bersama orang lain. Menurut Mead (seperti dikutip dalam West & Turner, 2008) diri berhubungan dengan proses refleksi diri berdasarkan penilaian, dan perspektif orang lain kepada kita. Komponen pembentuk diri meliputi segala sesuatu yang dimilikinya, seperti sifat – sifatnya, latar belakangnya, perasaan tentang dirinya

mengenai rasa malu atau kebanggaannya, keyakinan dirinya, penolakan terhadap dirinya serta kekurangan dan kelebihan yang dimilikinya.

3) Masyarakat (*Society*)

Mead mendefinisikan masyarakat sebagai sebuah jaringan hubungan sosial yang dibuat oleh manusia. Aspek – aspek sosial yang mencakup masyarakat adalah budaya, agama, ras, suku dan adat istiadat yang berkembang dilingkungannya. Masyarakat berpengaruh besar dalam membentuk pikiran dan diri seorang individu. Dalam konteks ini, masyarakat yang dimaksud adalah *particular others*, atau masyarakat yang dianggap penting dalam hidup kita seperti orang tua, sahabat, serta kolega kerja kita. Oleh karena itu, masyarakat memberikan kemampuan untuk seorang individu dalam mengendalikan diri sendiri melalui kritik – kritik yang mereka berikan.

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran

Sumber : George Herbert Mead & Blumer dan Modifikasi Pembimbing serta Peneliti, (2021)