

ABSTRACT

THE FORMATION OF SELF IDENTITY THROUGH *MODELLING* SCHOOL

Fernanda Venturiny
S1-Ilmu Komunikasi, Universitas Diponegoro
Email: F.venturiny@yahoo.com

Self –identity is a component of the self-concept that allows the individual to maintain consistent stance and thereby enables one to occupy a stable position in his environment. The environment can be one of the supporting factors for a person in the search for identity, but also can be an inhibiting factor. This study aims to describe whether *modelling* school can help as a means of communication of its members and build a personal identity of women, with qualitative descriptive research methods and phenomenology approach. The theory used is the theory of fashion as communication that explains a person can communicate through fashion. Because of fashion is one form of nonverbal communication. Then the theory of self-presentation that explains that this theory is an attempt to control someone else's impression by arranging the behavior so that others interpret the identity as they wants.

The results of the study showed that the interpersonal communication performed by the *modelling* school coach “Hijabku Models Academy” on the incorporated students was built through the closeness gained from openness, attention, affection, and supportive attitude when communicating. This adjacency is used to build students self-confidence and expected to be able to establish student identities. Then, the belief of parents of children who are seeking self-identity through modeling school become one of the driving factors for students to be more confident without feeling burdened, braver, and not easily shaken in building their own identity. Therefore, parents and trainers should continue to approach students who educate them by motivating them to be more confident and encourage them to open up for positive things, because parents and trainers have an important role in shaping attitudes and character of students who want to seek identity through modeling school.

Keywords : Interpersonal Communication, *Modelling* School, Self-Concept, Self-Identity.

PENDAHULUAN

Penelitian ini berfokus pada kasus pembentukan identitas diri yang dilakukan oleh perempuan muslimah, khususnya melalui sekolah *modelling*. Hal tersebut karena berdasarkan fenomena *fashion* di Indonesia saat ini, hijab menjadi *trend fashion* yang diminati oleh banyak kaum hawa. Faktor yang menjadikan hijab menjadi *trend fashion* dan diminati karena sudah banyaknya variasi model hijab masa kini sehingga menjadi perhatian publik. Pada tahun 2012 Kementerian Perindustrian dan Kementerian Perekonomian juga merilis data yaitu, dari 14 sektor ekonomi, *fashion* dan kerajinan memiliki pertumbuhan yang paling pesat. Sejalan dengan banyaknya peminat para wanita yang mengenakan hijab, *trend* ini dimanfaatkan oleh beberapa orang muda yang dapat membaca suasana untuk mendirikan sekolah-sekolah model bagi para “hijabers” yang berminat untuk meningkatkan keterampilan di bidang *modelling*. Seiring dengan berkembangnya kelompok hijabers, kemudian muncul sebuah *Agency* khusus hijab di Semarang yang bernama *Hijabku Models Academy* yang siap mewadahi dan melahirkan banyak siswa hijab model berbakat. Hijabku Model hadir dengan terobosan yang menarik karena pada sekolah *modelling* ini tidak hanya menjadi sarana *modelling*, tetapi juga menyediakan sarana untuk

mereka belajar *Personal Branding Class* (MC, Public Speaking), *Modelling Class* dan *Beauty Fashion Class*. Para siswa dilatih untuk menjadi seorang model yang multisiswa, di mana mereka diajarkan untuk dapat mengembangkan bakat baik dalam hal public speaking, *modelling* dan fashion.

Menurut pendapat Davis dalam Barnard "*Fashion Sebagai Komunikasi*" dimana dalam hal ini, selain untuk bisa tampil gaya, *fashion* juga sebagai identitas diri, *fashion* juga dapat diartikan sebagai komunikasi non-verbal karena tidak menggunakan kata-kata lisan maupun tertulis (Barnard, 2011). Sejalan dengan pendapat Barnard tersebut para wanita terutama mereka yang bergabung dalam sekolah *modelling* nampaknya juga ingin mencari identitas diri mereka melalui penampilannya. Melalui dunia *modelling* mereka berharap untuk mendapatkan identitas sebagai model atau apapun sesuai dengan tujuan awal dan keinginan mereka bergabung dalam komunitas tersebut. Terbangunnya identitas pribadi diharapkan akan mampu membangun rasa percaya diri mereka juga. Seperti dilansir www.kompasiana.com terdapat data yang membuktikan remaja usia 13 sampai 17 tahun menyukai tips-tips untuk meningkatkan rasa percaya diri. Ini bisa diartikan bahwa mereka membutuhkan bimbingan untuk meningkatkan rasa percaya dirinya. Sebagaimana data tersebut menunjukkan bahwa saat ini terutama wanita masih mengalami krisis rasa percaya diri sehingga hal tersebut dikhawatirkan akan menghambat terbangunnya proses identitas diri mereka. Sehingga hadirnya sekolah *modelling* diharapkan mampu membangun identitas diri bagi siswanya yang ingin menjadi seorang *entertainer*.

Mereka yang tergabung dalam sekolah-sekolah *modelling* di sini umumnya masih dalam tahapan pencarian identitas diri dalam proses membangun konsep dirinya. Aktivitas yang berlangsung selama tergabung dalam sekolah *modelling* mendukung berlangsungnya proses komunikasi antar pribadi diantara peserta yang diharapkan mampu membangun konsep diri mereka. Pembentukan konsep diri sangat penting dilakukan dalam kehidupan manusia, karena konsep diri berkaitan dengan semua aspek dalam kehidupan termasuk dalam pembentukan identitas diri. Berkomunikasi dengan orang lain merupakan sebuah kebutuhan pokok, kapan, dan dimanapun seseorang berada, melalui komunikasi akan membantu seseorang untuk menambah pengetahuan dan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Melalui proses komunikasi antar pribadi seseorang mampu membangun konsep diri, dapat memahami dan mengukur kemampuan dirinya serta memiliki motivasi untuk dapat menjadi lebih percaya diri. Hal ini berlaku juga pada perempuan yang memasuki sekolah *modelling* hijab sebagai sarana komunikasi mereka dalam mengembangkan bakat dan potensi yang ada pada diri mereka dengan harapan mereka dapat membangun identitas pribadi. Kenyataannya membangun rasa percaya diri membutuhkan proses yang relatif panjang melalui pembentukan konsep diri yang positif.

Melihat banyaknya wanita yang belum memiliki konsep diri positif dan mencari identitas pribadi dengan memasuki sekolah *modelling* dalam kasus ini penulis merasa penting melakukan penelitian yang berangkat dari munculnya krisis rasa percaya diri yang bagi mereka dianggap dapat menghambat proses terbentuknya jati diri atau identitas diri mereka. Di sini menarik untuk melihat bagaimana sekolah *modelling* mampu membangun konsep diri siswanya melalui antar pribadi diantara komunikasi wanita.

RUMUSAN MASALAH

Sekolah *modelling* yang diminati oleh kaum wanita remaja dan dewasa yang merasa bahwa dengan memasuki sekolah *modelling* akan membangun identitas pribadi siswanya. Namun dalam membangun identitas diri seseorang harus memiliki rasa percaya diri agar mereka mampu mengeksplorasi diri mereka sebagaimana yang sesuai dengan potensi dan bakatnya. Dari uraian

yang telah dimuat di atas dapat dirumuskan permasalahan apakah seorang yang wanita muslimah yang menjadi anggota sekolah *modelling* dapat membentuk identitas pribadi melalui sekolah *modelling Hijabku Models Academy*.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini untuk memahami bagaimana subjek yang diteliti atau seorang wanita muslimah dalam membentuk identitas diri melalui sekolah *modelling Hijabku Models Academy*.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Sekolah *Modelling*

Menurut Indira Kowar selaku Model Indonesia (2014) pengertian sekolah *modelling* yaitu merupakan sekolah non-formal atau kegiatan pendidikan di luar akademik yang dalam pembelajaran atau kurikulumnya mempelajari materi mengenai hal seputar dunia *modelling* dan untuk lama pendidikan biasanya tidak lama, berkisar kurang lebih 3–6 bulan.

Di lain pihak Albert Bandura (dalam Feist, 2008) memberikan sedikit pernyataan mengenai *modelling* bahwa pemodelan melibatkan proses-proses kognitif, jadi tidak hanya meniru, lebih dari sekedar menyesuaikan diri dengan tindakan orang lain karena sudah melibatkan perepresentasian informasi secara simbolis dan menyimpannya untuk digunakan di masa depan, sedangkan teknik *modelling* bukan sekedar menirukan atau mengulangi apa yang dilakukan orang model (orang lain), tetapi *modelling* melibatkan penambahan dan atau pengurangan tingkah laku yang teramati, menggeneralisasi berbagai pengamatan sekaligus, melibatkan proses kognitif.

Identitas Diri

Identitas menurut Klap (Berger, 2010) meliputi segala hal pada seseorang yang dapat menyatakan secara sah dan dapat dipercaya tentang dirinya sendiri statusnya, nama, kepribadian, dan masa lalunya. Di lain pihak identitas diri merupakan komponen yang membentuk konsep tentang diri pada seseorang. Menurut William D. Brooks (dalam Jalaludin Rakhmat, 2009) konsep diri didefinisikan sebagai semua pikiran, keyakinan, dan kepercayaan yang merupakan pengetahuan individu tentang dirinya dan memengaruhi hubungannya dengan orang lain. Konsep diri tidak terbentuk waktu lahir, melainkan dipelajari sebagai pengalaman unik seseorang dalam dirinya sendiri, dengan orang terdekat dan dengan realitas dunia. Persepsi tentang diri ini bersifat psikologi sosial dan fisis. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan konsep diri adalah orang lain dan Teman sebaya (*Reference Group*).

Teori *Fashion as Communication*

Setiap individu yang mengkonsumsi *fashion* memiliki kebutuhan untuk dapat melebur dengan masyarakat dimanapun ia berada, dan di lain pihak individu yang mengkonsumsi *fashion* tersebut juga memiliki kebutuhan untuk menjadi atau tampil beda dalam kelompok masyarakatnya. Orang rupanya perlu menjadi sosial dan individu di saat yang sama, dan *fashion* serta pakaian merupakan cara dari sejumlah hasrat atau tuntutan yang kompleks dinegosiasikan (Barnard, 2011).

Seseorang yang mengkonsumsi *fashion* bisa menjadi satu dengan lingkungannya karena pakaian yang mereka pakai, namun juga bisa menjadi pembeda dari setiap individu karena ada ciri khas yang menonjol dari setiap individu yang mengkonsumsi *fashion*. Seorang model wanita berjilbab dalam suatu kelompok bisa melebur dengan anggotanya karena jilbab yang dipakai, namun mereka juga bisa menjadi pembeda karena model/bentuk jilbab yang dipakai serta aksesorisnya tidak sama dengan kelompok yang lain. Selain menjadi pembeda individu dalam

kelompoknya, *fashion* juga menjadi sarana komunikasi. *Fashion* menjadi salah satu bentuk komunikasi nonverbal. Menurut Fiske, *fashion* sebagai bentuk komunikasi nonverbal mengikuti proses komunikasi. Seperti yang telah dikatakan oleh Fiske, bahwa *fashion* atau pakaian menjadi medium yang digunakan seseorang untuk “menyatakan” sesuatu pada orang lain dengan maksud mendorong terjadinya perubahan pada orang itu (Fiske dalam Barnard, 2011).

Seperti halnya para model wanita muslimah yang mereka ingin mengajak dan memberi contoh bagi wanita muslimah lainnya untuk mengenakan pakaian dan hijab sesuai dengan syariat agama dan tentunya juga tetap bisa tampil *fashion* dan menarik. *Fashion* sebagai media komunikasi yang juga berfungsi sebagai medium untuk menunjukkan identitas diri seseorang kepada orang lain.

Teori Presentasi Diri

Presentasi diri merupakan proses kita mencoba untuk mengendalikan kesan orang lain tentang diri kita banyak cara yang dapat dilakukan seseorang untuk mempresentasikan diri mereka pada orang lain misalnya saja secara verbal maupun non verbal, pakaian atau *fashion* menjadi salah satu sarana yang dapat digunakan oleh seseorang untuk mempresentasikan dirinya. Beberapa teori mengenai presentasi diri banyak dikemukakan oleh para ahli, salah satunya adalah Erving Goffman, Goffman dalam Mulyana “Metodologi Penelitian Komunikasi” (Mulyana, 2008).

Presentasi diri juga merupakan upaya individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Dalam proses produksi identitas tersebut, ada suatu pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan mengenai atribut simbol yang hendak digunakan sesuai dan mampu mendukung identitas yang ditampilkan secara menyeluruh. Menurut Goffman, kebanyakan atribut, milik atau aktivitas manusia digunakan untuk presentasi diri, termasuk busana yang kita kenakan, tempat kita tinggal, rumah yang kita huni berikut cara kita melengkapinya (furnitur dan perabotan rumah), cara kita berjalan dan berbicara, pekerjaan yang kita lakukan dan cara kita menghabiskan waktu luang kita (Mulyana, 2008).

Untuk memelihara identitas diri yang stabil, orang melakukan “pertunjukkan” di hadapan khalayak. Hijab yang telah menjadi salah satu *trend fashion* terus berkembang, sehingga membantu orang-orang kreatif dalam menghadirkan sekolah *Modelling* yang diharapkan dapat menjadi sarana bagi wanita untuk menyalurkan hobi dan bakat yang mereka miliki.

METODE PENELITIAN

Subjek penelitian ini adalah wanita ingin mencari identitas diri melalui sekolah *modelling*. Penelitian akan dilakukan kepada empat informan dengan masing-masing perbedaan yaitu murid yang akan memasuki sekolah *modelling*, murid yang sudah lulus dari sekolah *modelling*, mentor atau pelatih, serta pendiri dari sekolah *modelling* hijab tersebut. Data primer diperoleh dari langsung dari penelitian di lapangan dengan melakukan wawancara mendalam (Indept Interview). Data sekunder diperoleh dari melalui jurnal, artikel ilmiah, penelitian-penelitian sejenis, serta berita di media massa. Berdasarkan metode kualitatif, teknik pengumpulan data yang akan penulis gunakan adalah Observasi dan Metode Wawancara Mendalam (*indepth interview*) dengan beberapa individu yang berkaitan dengan sekolah *modelling* seperti model, pelatih atau mentor, dan pendiri atau *founder*. Ada tiga tahapan yang dilakukan dalam melakukan analisis data dengan metode fenomenologi, pertama permasalahan dan perumusan pertanyaan penelitian peneliti berusaha menggambarkan fokus penelitian dengan merumuskan pertanyaan dengan cara tertentu yang dapat dimengerti oleh orang lain. Secara operasional,

pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana sekolah *modelling* mampu membangun konsep diri siswanya melalui antar pribadi diantara komunikasi wanita. Kemudian data yang menghasilkan situasi, teks, pengalaman kehidupan. Peneliti membuat narasi yang bersifat deskriptif yaitu menjabarkan hasil wawancara dengan subjek yang melakukan proses wawancara. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada wanita yang mengikuti sekolah *modelling* tersebut dan bagaimana proses membangun identitas dirinya. Tahap terakhir yaitu analisis data eksplikasi dan interpretasi, setelah data terkumpul berdasarkan hasil wawancara maka langkah terakhir yang dilakukan peneliti adalah membaca dan meneliti dengan cermat hasil wawancara tersebut untuk mengungkapkan konfigurasi makna, baik struktur maupun bagaimana makna itu diciptakan. Kualitas penelitian dalam penelitian ini menggunakan *Goodness Criteria* atau kriteria keabsahan data penelitian dapat dilihat dari paradigma yang digunakan. Penelitian ini menggunakan paradigma fenomenologi (Littlejohn, 2009).

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menjawab tujuan dari penelitian yaitu memahami bagaimana subjek yang diteliti atau seorang wanita muslimah dalam membentuk identitas diri melalui sekolah *modelling Hijabku Models Academy*.

Sekolah *Modelling* Sebagai Tujuan untuk Belajar/Sarana Komunikasi Antar Pribadi Siswa

Penelitian ini mengungkap bahwa dalam proses pembentukan identitas diri diperlukan strategi komunikasi antar pribadi yang baik antara pelatih, siswa dan orangtua. Karena pada dasarnya konsep diri dipengaruhi oleh kemampuan dalam komunikasi interpersonal, yang pada gilirannya akan menjadi salah satu penentu kualitas konsep diri seseorang, positif atau negatif. Dalam membangun konsep diri diperlukan komunikasi interpersonal yang efektif. Komunikasi yang berkonsep diri positif adalah orang yang menurut istilah Sidney M. Jourard “tembus pandang”, terbuka kepada orang lain dan percaya diri (dalam Rakhmat, 2009). Ciri komunikasi yang dilakukan untuk persuasi interpersonal menurut DeVito (2001) di antaranya adalah keterbukaan dalam berkomunikasi, bersikap baik dan empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan.

Dalam penelitian ini tidak semua informan dapat menerapkan komunikasi antar pribadi yang disebutkan oleh DeVito(2001). Namun dapat dipastikan bahwa tidak semua informan dapat dengan mudah melakukan sikap positif, terbuka dan kesetaraan. Mayoritas dari informan berusaha untuk melakukan sikap baik dan empati tetapi tidak dengan yang lainnya. Beberapa dari mereka masih ada yang mengalami rendah diri dan takut untuk berkomunikasi dengan yang lainnya. Namun penelitian ini mengungkapkan bahwa cara berkomunikasi seseorang tidak selamanya bersifat statis, akan selalu ada perubahan. Informan yang sebelumnya tertutup dan takut untuk berkomunikasi akan belajar untuk terbuka pada orang lain, informan yang sebelumnya tidak merasa setara dengan lainnya perlahan akan berubah dan menjadi pribadi lebih baik, informan yang sebelumnya bersifat tidak empati pada orang lain akan belajar untuk bersikap empati.

Jika dilihat berdasarkan teori presentasi diri yang dikemukakan oleh Erving Goffman, presentasi diri merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari sebuah proses interaksi sosial. Menurut Goffman salah satu aturan dasar interaksi sosial adalah komitmen yang saling timbal-balik di antara individu-individu yang terlibat mengenai peran (*role*) yang harus dimainkannya (dalam Mulyana, 2008). Hal ini sejalan dengan suksesnya komunikasi interpersonal banyak bergantung pada kualitas konsep diri seseorang, positif atau negatif. Dalam membangun konsep diri diperlukan komunikasi interpersonal yang efektif.

Dalam penelitian ini, peran sekolah *modelling* dan para pelatih dalam memberikan pembelajaran tentang sikap dan pembentukan karakter bertujuan untuk membentuk konsep diri yang positif agar siswa menjadi lebih percaya diri dan dapat membangun identitas dirinya.

Goffman mengasumsikan presentasi diri adalah ketika melihat orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain (Mulyana, 2008: 112). Menggunakan teknik-teknik para aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Teknik yang digunakan yaitu melalui tindakan dan penampilan. Seseorang memutuskan berjilbab, maupun menggunakan pakaian lain mempunyai tujuannya salah satunya membuat orang lain memberikan kesan terhadap penampilannya.

Dalam hal ini keseluruhan informan menerapkan teori presentasi diri namun dengan cara yang berbeda-beda. Mereka membuat kesan tertentu di hadapan orang lain dengan mengubah cara bersikap dan berperilaku, cara berbicara dan cara berpakaian. Hal tersebut tergantung tujuan dan harapan dari masing-masing informan.

Dapat disimpulkan bahwa dalam kaitan komunikasi antar pribadi siswa dan pelatih, Teori Presentasi Diri digambarkan pada saat pelatih memberikan pesan dan pembelajaran untuk memberikan makna tentang sikap yang baik, membentuk konsep diri positif agar siswanya memiliki mental-mental juara, memiliki kepercayaan diri serta mampu bersaing secara sportif. Teori presentasi juga terlihat ketika para siswa termasuk informan II, III dan IV berusaha untuk mengendalikan kesan positif orang lain terhadap dirinya dengan mengubah kebiasaan dan cara berbicara.

Dalam konteks presentasi diri yang dikemukakan oleh Goffman (2003) bahwa presentasi diri merupakan upaya yang dilakukan oleh seseorang untuk mengendalikan kesan orang lain terhadap dirinya. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Menggunakan teknik-teknik para aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Teknik yang digunakan yaitu melalui tindakan dan penampilan. Seseorang memutuskan berjilbab, maupun menggunakan pakaian lain mempunyai tujuannya salah satunya membuat orang lain memberikan kesan terhadap penampilannya. Sejalan dengan teori *fashion as communication*, Fiske menyatakan bahwa *fashion* sebagai bentuk komunikasi nonverbal mengikuti proses komunikasi. Seperti yang telah dikatakan oleh Fiske, *fashion* atau pakaian menjadi medium yang digunakan seseorang untuk “menyatakan” sesuatu pada orang lain dengan maksud mendorong terjadinya perubahan pada orang itu (Fiske dalam Barnard, 2011).

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa realita sekolah *modelling* sebagai sarana komunikasi antar pribadi siswa dan pelatih serta tempat untuk membangun identitas diri, dalam teori presentasi diri menurut Goffman (Mulyana, 2008) yang mengasumsikan bahwa untuk memelihara identitas diri yang stabil, orang melakukan “pertunjukan” di hadapan khalayak. Teori ini dapat diimplementasikan pada informan I dan IV. Hal tersebut karena informan I yang berperan sebagai pelatih melakukan pelatihan dan pembimbingan secara total terhadap siswanya. Ia juga selalu memberikan dukungan dan dorongan terhadap siswa-siswa yang mengalami putus asa. Ia memberikan pemahaman untuk membangun identitas diri, sangat penting untuk membentuk konsep diri yang positif terlebih dahulu. Kemudian pada informan IV dalam pencarian identitas diri melakukan berbagai upaya dengan penuh semangat dan dukungan dari orang tua. Ia dalam pencarian identitas diri melakukan setiap prosesnya atas kemauannya sendiri tanpa campur tangan dan pengaruh dari orang lain. Informan IV juga selalu membuat dirinya agar terkesan baik di depan orang lain. Ia tidak pernah memperlihatkan raut wajah yang sedih

dan selalu ceria. Ia dapat mengkomunikasikan dan mempresentasikan dirinya sesuai dengan yang ia harapkan.

Proses Membangun Identitas Diri

Dalam membangun identitas diri membutuhkan sebuah proses yang tidak instan. Membutuhkan kepercayaan diri dan keberanian untuk mencoba sesuatu yang baru. Fuhrmann (1990) mengemukakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses pembentukan identitas diri, yaitu pola asuh, homogenitas lingkungan, model untuk identifikasi, pengalaman masa kanak-kanak, perkembangan kognisi, sifat individu, pengalaman kerja, dan identitas etnik.

Dalam proses membangun identitas diri, informan IV dapat selalu menyesuaikan diri dengan lingkungan. Dalam keseharian, apabila ia sedang berada dalam lingkup kampus maka ia akan berubah menjadi sosok yang humoris dan sedikit keras, namun ketika ia berada dalam lingkup sekolah *modelling* informan IV dapat mempresentasikan dirinya layaknya seorang model yang berperilaku anggun dan santun. Sementara untuk teori *Fashion as Communication* dapat diimplementasikan melalui informan III dan IV. Sebab, informan III sudah mulai sangat mementingkan penampilan dan menyadari makna sesungguhnya dari *fashion*. Saat ini informan III sudah dikenal sebagai model sekaligus MC yang di mana lingkungannya dipenuhi oleh orang-orang yang *fashionable* dan itu merupakan suatu bentuk identitas dari kelompok modelnya. Sedangkan pada informan IV tanpa pengaruh dari sekolah *modelling* ia sudah menyadari bahwa *fashion* merupakan suatu bentuk komunikasi nonverbal. Ia juga sudah memiliki keterampilan dalam *fashion* tanpa campur tangan oranglain. Hal tersebut ia pahami dan pelajari sendiri melalui internet.

Sementara teori yang disebutkan tidak dapat di implementasikan pada informan II sebab ia masih memandang negatif terhadap dirinya dan belum memiliki konsep diri yang positif. Informan II juga merasa tidak terlalu memiliki pengaruh yang besar setelah memasuki sekolah *modelling* tersebut.

KESIMPULAN

Komunikasi interpersonal yang telah dilakukan oleh pelatih kepada siswa melalui kedekatan, keakraban, kepercayaan dan memotivasi satu sama lain dapat mempercepat terbangunnya rasa percaya diri para siswa. Hal tersebut terjadi karena siswa menjadi merasa dekat dan merasa didukung oleh pelatih. Sebab pelatih dalam memberikan pelatihan selalu menyuarakan kalimat-kalimat yang dapat memotivasi para siswanya. Disisi lain pelatih juga mengadakan waktu dan menyempatkan bagi siswa yang ingin menyampaikan keluhan yang dihadapinya baik melalui telepon seluler maupun media online. Sebab Siswa yang selalu diberikan motivasi dan penilaian positif oleh pelatih pada setiap perkembangan yang ia jalani akan membantu mereka untuk percaya diri dan yakin akan kemampuannya. Motivasi dari pelatih tersebut dapat memberikan sugesti positif bagi siswa untuk merubah cara pandang dan cara berpikir terhadap diri siswa itu sendiri. Sebaliknya, apabila pelatih atau mentor tidak memberikan dukungan, komentar positif dan ungkapan rasa sayang terhadap siswa maka dapat membuat siswa akan semakin terpuruk dan merasa tidak percaya diri. Sebab, pelatih atau mentor merupakan panutan bagi siswa sehingga setiap komentar positif atau negatif akan berpengaruh bagi *psikologis* siswa. Sehingga secara keseluruhan siswa melakukan perubahan cara berbicara, bersikap dan berperilaku untuk mengendalikan kesan orang lain terhadap dirinya setelah memasuki sekolah *modelling*.

Dalam pembentukan identitas diri, Pengaruh dari luar seperti lingkungan, keluarga, dan teman dekat dapat menjadi faktor pendorong maupun penghambat bagi seseorang dalam proses

pencarian identitas diri. Sehingga dibutuhkan konsep diri yang positif serta pendirian yang teguh dalam mencari identitas diri. Seseorang yang mudah goyah atau tidak mampu untuk menerima tanggapan negatif dari lingkungan atau keluarga akan sulit untuk melakukan hal yang terkait dalam proses pencarian identitas diri. Sebaliknya, apabila lingkungan dan keluarga mendukung baik secara moral maupun materi akan mudah bagi seseorang dalam melakukan hal yang diminati serta disenangi untuk meraih identitas diri. Disisi lain, Labelisasi yang negatif dari lingkungan maupun keluarga dapat menjadi penghambat bagi siswa dalam melakukan proses pencarian identitas diri. Terutama labelisasi yang diberikan pada fisik siswa dapat membuat mereka menjadi tidak percaya diri.

Dalam penelitian ini Siswa yang telah mengikuti sekolah *modelling* secara otomatis rasa percaya dirinya akan terbangun dalam hal berinteraksi dan tampil di depan publik, namun tidak menjamin untuk membuat siswa akan percaya diri dalam *passionnya*.

IMPLIKASI

Implikasi Akademis

Implikasi akademis penelitian ini adalah bahwa Teori Presentasi Diri yang membantu membentuk karakter siswa dalam membangun rasa percaya diri untuk mempresentasikan diri di hadapan publik dan Teori *Fashion as Communication* yang membantu siswa untuk membentuk identitas diri sebagai seorang model. Keberhasilan sekaligus kegagalan Presentasi diri dan *Fashion as Communication* dianalisis dengan metode fenomenologi . Pengembangan metode fenomenologi untuk meneliti kohesivitas kelompok audiens juga menjadi implikasi dalam penelitian ini. Dalam hal keinginan untuk menutupi diri, selain karena konsep diri yang negatif timbul dari kurangnya kepercayaan kepada kemampuan sendiri. Orang yang tidak menyenangi dirinya merasa bahwa dirinya tidak akan mampu menghadapi persoalan. Orang yang kurang percaya diri akan cenderung sedapat mungkin menghindari situasi komunikasi.

Pada penelitian ini perempuan menjadikan *fashion* sebagai alat untuk menambah kepercayaan dirinya. Keterbatasan perempuan menggunakan kata-kata verbal membuat beberapa perempuan memilih *fashion* untuk berekspresi dan berkomunikasi mengenai hal-hal yang tidak dapat mereka katakan secara verbal pada orang lain. Melalui *fashion*, perempuan menceritakan dan menggambarkan identitas diri yang ingin mereka bentuk di hadapan publik. *fashion* dapat membuat seseorang terutama model wanita menjadi lebih percaya diri ketika berhadapan dengan publik. Melalui *fashion* perempuan dapat menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain untuk mempresentasikan diri mereka.

Implikasi Praktis

Implikasi praktis penelitian ini adalah diketahui oleh perempuan yang tergabung dalam sekolah *modelling* serta segenap pengurus dari sekolah *modelling* dalam upaya pembentukan identitas diri siswa. Perempuan yang ingin membentuk identitas diri melalui sekolah *modelling* menyadari bahwa identitas diri tidak terbangun secara instan tetapi membutuhkan proses yang panjang. Disisi lain dalam pembentukan identitas diri juga dipengaruhi oleh konsep diri yang positif bagi perempuan. Memasuki sekolah *modelling* tidak hanya semata-mata untuk ajang pembentukan karakter tetapi juga menjadi sarana komunikasi bagi perempuan untuk membangun rasa percaya diri serta mengubah pola pandang dan pola pikir. Setelah memasuki sekolah *modelling* hampir secara keseluruhan siswa mengalami perubahan yang baik dalam membangun rasa percaya diri dalam berkomunikasi. Namun tidak membuat semua siswa merasa percaya diri terhadap *passionnya*.

Implikasi Sosial

Secara sosial, penelitian ini dapat memberikan pemahaman baru bagi masyarakat bahwa sekolah *modelling* ternyata bukan semata-mata berorientasi pada model saja, akan tetapi dapat sebagai pembentukan atau membentuk identitas diri siswanya. Melalui penelitian ini hal yang ingin disampaikan adalah cara pandang seseorang terhadap dunia model yang hanya fokus pada model saja dapat diubah melalui media. Membuat masyarakat sadar bahwa dunia permodelan tidak hanya menjadi ajang untuk membuat seseorang terpaku dalam dunia model namun dapat menjadi sarana penyalur bakat yang lain di bidang entertainment. Melalui sekolah *modelling* seseorang dapat menjadi siapa saja yang mereka inginkan sesuai dengan bakat yang mereka miliki. Sebab pelatihan *modelling* yang diberikan tidak hanya soal *modelling* tetapi bagaimana cara membentuk karakter yang positif bagi siswanya untuk berani dan professional dalam berkarir di masa depan.

Membuat siswa-siswa menjadi lebih mandiri dan mengarahkan mereka untuk membentuk identitas diri. Membuat mereka yang tergabung dalam sekolah tersebut berani untuk berinteraksi dengan orang lain seperti pelatih dan teman-teman yang juga memiliki tujuan serupa. Peran pelatih dalam pembentukan identitas diri juga sangat mempengaruhi konsep diri siswanya. Pelatih sekaligus orangtua kedua dalam hal ini selalu memberikan pelatihan dengan inovasi-inovasi dan proses pendekatan yang berbeda dari yang lainnya. Seperti sering melakukan diskusi melalui media sosial dan memberikan surat cinta berupa ungkapan kasih sayang dan dukungan dari pelatih kepada siswanya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Barnard, Malcolm. (2011). *Fashion Sebagai Komunikasi; Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- DeVito. A. Joseph. (2001). *The Interpersonal Communication Book*, Ninth edition: Longman, Inc.
- Erikson, Erick, H. 1989. *Identitas dan Siklus Hidup Manusia*. Terj. Agus Cremers. Jakarta: PT. Gramedia.
- Fuhrmann, Barbara Schneider. (1990). *Adolescence, Adolescents. Second Edition*. London. England: A. Division of Scott, Foresman and Company.
- Feist, J. & Feist, G.J. (2008). *Theories Of Personality*. (Terjemahan 6th edisi). Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Mulyana, Deddy. (2008). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Posda Karya.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi Edisi 9*. Terj. Mohammad Yusuf Hamdan. Jakarta: Salemba Humanika.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.