

Konsep Diri Melalui Komunikasi Intrapersonal Memandang Hiperealitas dalam Model Produk Pakaian

Diana Three Aferty, Neni Yulianita
Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
dianataaf@gmail.com

Abstract—Intrapersonal communication is a dialogue of communication carried out by oneself. In this process individuals can get to know themselves, including the process of forming self-concepts. The concept of self is a human's view of himself. This view can be influenced by various things, one of which is hyper reality. Hypereality itself is a phenomenon where an individual cannot distinguish between imagination and reality. This causes the individual can not run their lives in accordance with the reality they have. This study examines both of these with female research subjects with oversized bodies. This subject was chosen because women are basically gender who are very concerned about their appearance. Thus women are considered suitable for this study because of their sensitivity to appearance that is prone to hypereality. This research involved three data sources to fulfill the requirements of source triangulation technique. In addition, other research subjects are clothing designers and manufacturers to support the main data. This study aims to determine the woman's self-concept of the model clothing product hyperreality. The results of this study are in the form of a description where the self-concept of oversized women can be awakened by being influenced by hypereality factors. Hypereality that occurs is standardization of the definition of a woman with an ideal body shape.

Keywords—*Intrapersonal communication, self-concept, hypereality, overized women, and clothing product models.*

Abstrak—Komunikasi intrapersonal merupakan dialog komunikasi yang dilakukan oleh diri sendiri. Dalam proses tersebut individu dapat mengenal dirinya sendiri termasuk proses pembentukan konsep diri. Konsep diri adalah pandangan manusia terhadap dirinya sendiri. Pandangan ini bisa dipengaruhi berbagai hal, salah satunya adalah hiperealitas. Hiperealitas sendiri merupakan fenomena dimana seorang individu tidak bisa membedakan imajinasi dan realitas. Hal ini menyebabkan individu tersebut tidak bisa menjalankan kehidupannya sesuai dengan realitas yang dimilikinya. Penelitian ini meneliti kedua hal tersebut dengan subjek penelitian wanita dengan tubuh oversize. subjek ini dipilih karena wanita pada dasarnya merupakan gender yang sangat memperhatikan penampilannya. Dengan demikian wanita dianggap cocok untuk penelitian ini karena sensitivitasnya terhadap penampilan yang rentan terhadap hiperealitas. Penelitian ini melibatkan tiga sumber data untuk memenuhi syarat teknik triangulasi sumber. Selain itu, subjek penelitian lainnya adalah desainer dan produsen pakaian untuk

mendukung data utama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep diri wanita atas hiperrealitas model produk pakaian. Hasil dari penelitian ini berupa deskripsi dimana konsep diri wanita oversize bisa terbangun dengan dipengaruhi faktor hiperealitas. Hiperealitas yang terjadi adalah standarisasi definisi wanita dengan bentuk tubuh ideal.

Kata Kunci—*Komunikasi Intrapersonal, Konsep diri, Hiperealitas, Wanita oversize, dan Model Produk Pakaian.*

I. PENDAHULUAN

Manusia pada hakikatnya memiliki ambisi, hal ini tak dapat dipungkiri terlihat dimana manusia selalu berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik diantara manusia yang lain. Manusia mencoba merubah hidupnya dengan segala usahanya agar ia mendapatkan apa yang menjadi misi hidup sebagai seorang individu di dunia yang fana ini. Salah satu dari fenomena tersebut ialah kenyataan bahwa seorang wanita ingin selalu berusaha tampil cantik dan menarik secara fisik dibandingkan wanita lain atau bahkan setara dengan wanita yang dianggapnya cantik.

Makna kecantikan pada era ini selalu mengarah pada kecantikan daya tarik secara fisik serta bagaimana cara menonjolkan penampilan fisik wanita menjadi terlihat menarik, sehingga dewasa ini wanita disokong dengan banyak produk-produk kecantikan salah satunya ialah pakaian. Konsep kecantikan sejak zaman dulu bukan hal tentang merias wajah saja melainkan juga memperhatikan penampilan dalam berbusana.

Busana pada dasarnya hanyalah kebutuhan naluriah manusia untuk melindungi dirinya sendiri untuk melindungi diri dari dunia luar. Namun demikian, karena perkembangan peradaban manusia, kini berpakaian bukanlah lagi hanya sekedar kebutuhan perlindungan diri pakaian telah dianggap menjadi salah satu makna yang digunakan oleh kelompok sosial dalam mengkomunikasikan identitas. Berpakaian adalah sebuah keharusan untuk menunjukkan citra diri dan mengangkat derajat diri di depan publik terutama bagi kaum wanita.

Semakin berlombanya para desainer untuk menciptakan produk baru merupakan sebuah hal yang positif. Namun demikian, hal tersebut juga menimbulkan

dampak negatif untuk berbagai pihak. Salah satu dampak negatif tersebut bisa dirasakan oleh konsumen. Meskipun terlihat bagus pada model dan maneken, ada kalanya hal tersebut menimbulkan kekecewaan bagi diri konsumen. Hal ini disebabkan oleh karena tidak semua tubuh konsumen memiliki bentuk yang sama maupun ideal. Bahkan kebanyakan konsumen-konsumen produk pakaian memiliki badan yang kurang ideal dan ingin menutupinya dengan mode pakaian yang menurutnya cocok untuk dirinya sendiri.

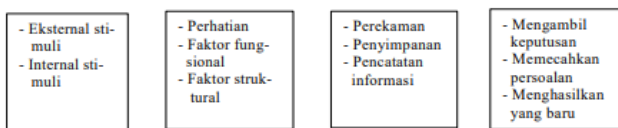
Selaras dengan hal tersebut membuat sebuah imajinasi belaka dan pengharapan, dimana seorang wanita yang memiliki kondisi fisik tidak ideal dengan kata lain oversized, dijejali imaji oleh produsen pakaian tersebut sebab itu semua bertentangan dengan realitas yang ada terhadap dirinya.

II. LANDASAN TEORI

Manusia sebagai makhluk sosial sejatinya pasti terlibat dengan beberapa aktivitas komunikasi yang bersifat dinamis tidak terkecuali komunikasi intrapersonal “we cannot not communicate” (Mulyana. 2015, hlm. 108) manusia tidak bisa untuk tidak berkomunikasi bahkan ketika berdiam diripun manusia bisa saja sedang melakukan proses komunikasi. Komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi internal yang terdapat dalam diri setiap individu untuk proses mengenal dirinya sendiri. Dalam proses perkembangan ilmu komunikasi, dialog yang terjadi dalam komunikasi intrapersonal dapat dilihat sebagai satu bentuk hubungan yang sama pentingnya dengan komunikasi lain yang terjalin antar individu dan bertindak mempengaruhi manusia.

Komunikasi intrapersonal merupakan dialog komunikasi yang dilakukan di dalam diri individu itu sendiri, hal serupa pernah dinyatakan oleh cangara (2007, hlm. 30) “Komunikasi dengan diri sendiri (interpersonal communication) adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu.

Sistem Komunikasi Intrapersonal:



(Rahmat:1986)

Gambar 1. Sistem Komunikasi Intrapersonal

Sumber: Rahmat (1986)

Komunikasi intrapersonal merupakan tingkatan awal dalam proses komunikasi, komunikais intrapersonal menunjukkan peran yang kuat pada diri individu melalui subjektivitasnya dalam membentuk dan mencapai informasi yang diterima oleh individu melalui beberapa tahapan antara lain, sensasi, persepsi, memori dan berfikir dalam proses tersebut individu dapat belajar untuk

mengenal dirinya sendiri, intropeksi diri, dan belajar bagaimana diri dapat mengamati, menginter pretasikan dan bereaksi terhadap lingkungan.

Konsep diri yaitu penilaian terhadap diri sendiri yang dipengaruhi banyak hal salah satunya orang lain dan lingkungan. Wiliam D Brooks (dalam Rakhmat, 2015, hlm 98) menyatakan bahwa “ Konsep diri adalah pandangan dan perasaan tentang diri kita. Persepsi tentang diri ini bisa bersifat psikologis, sosial dan fisis”. Manfaat tersebut bisa dirasakan jika manusianya menyadari betul konsep dirinya sendiri. Konsep diri dapat berpengaruh pada proses penerimaan diri sendiri terhadap lingkungan sosialnya, hal serupa pernah dinyatakan oleh Nawangsari nur dan Yuningsih (2016, hlm. 601) “konsep diri akan berpengaruh pada kemampuan dan penerimaan manusia dalam melakukan komunikasi.”

Konsep diri bukan merupakan paradigma yang muncul tiba-tiba, tanpa melalui proses, dan tidak berproses atau atau berkembang. Konsep diri selalu berkembang dan berubah seiring bertambahnya usia individu yang mengalaminya. Hal ini disampaikan oleh Fittz (1972, hlm. 35) yang menyatakan bahwa “sepanjang kehidupan, konsep diri berkembang dan berubah secara berkelanjutan, meskipun sulit untuk membedakan antara perkembangan dan perubahan konsep diri”. Dengan kata lain meskipun sulit untuk diidentifikasi perkembangan dan perubahannya, konsep diri selalu mengalami perkembangan.

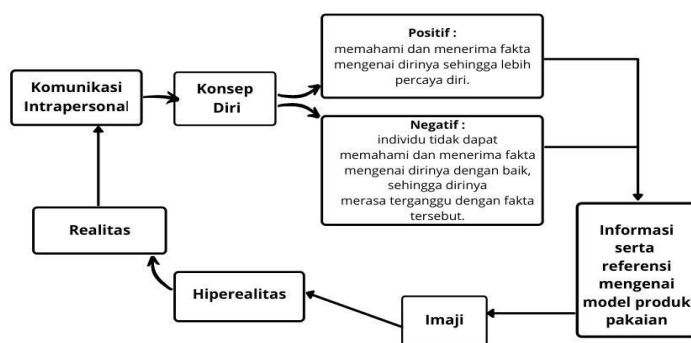
Fenomena hiperealitas yang sering terjadi di antara manusia salah satunya adalah mengenai gaya hidup. Semakin mudahnya informasi yang bisa diakses oleh individu membuat semakin mudahnya hiperealitas tersebut terjadi. Hal ini disebabkan karena kemudahan informasi akan memberikan banyak referensi bagi individu. Sayangnya referensi yang diterima oleh individu tidak selamanya sesuai dengan kenyataan. Adakalanya referensi yang diterima dari media informasi merupakan bayangan tidak bagi penerimanya. Contoh sederhana adalah mengenai pakaian. Sering terjadi pada individu terutama wanita ketika melihat pakaian yang bagus namun tidak berdasarkan ukuran dirinya sendiri. Mereka melihat pakaian tersebut bagus berdasarkan model yang menggunakannya. Bayangan yang mereka imajinasikan berbeda dengan kenyataan dirinya sendiri sehingga munculah hiperealitas di sana.

Hal ini dikarenakan wanita lebih memperhatikan penampilan sehingga mode berpakaianpun sangat diperhatikannya selaras dengan yang dinyatakan yulianita (2001, hlm. 315) “Mode pakaian, terutama bagi kaum wanita, merupakan aspek yang sangat menjadi perhatian utama, pakaian bagi wanita seolah-olah merupakan hal yang inherent (melekat) dengan citra wanita.” sehingga lumrah jika hiperrealitas sering terjadi di kalangan wanita.

Sederhananya hiperrealitas adalah keadaan saat seorang individu tidak lagi bisa menangkap kenyataan karena pikirannya telah terkontaminasi fantasi yang standarnya di atas kenyataan. Hal ini menyebabkan individu tersebut tidak lagi bisa menjalankan hidupnya

sesuai dengan kenyataan. Hal ini dikarenakan wanita lebih memperhatikan penampilan sehingga mode berpakaianpun sangat diperhatikannya selaras dengan yang dinyatakan yulianita (2001, hlm. 315) “Mode pakaian, terutama bagi kaum wanita, merupakan aspek yang sangat menjadi perhatian utama, pakaian bagi wanita seolah-olah merupakan hal yang inherent (melekat) dengan citra wanita. “ sehingga lumrah jika hiperrealitas sering terjadi di kalangan wanita.

Konsep hiperrealitas pernah disampaikan oleh Baudrilard (dalam Storey, 2004, hlm. 244) yang mendefinisikan hiperrealitas sebagai “sebuah dunia yang memiliki perbedaan antara yang simulasi (tidak riil) dengan yang riil secara terus-menerus bergantian. Akibatnya yang riil dan yang tidak riil dijalani dengan tanpa perbedaan. Kondisi ini seringkali menempatkan simulasi (yang tidak riil) dianggap lebih riil



Gambar 2. Sistem Kerangka pemikiran

Sumber: Peneliti

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Melalui komunikasi intrapersonal, seseorang dapat melatih pemikirannya sendiri untuk mengenal jati diri, meningkatkan kualitas diri serta sebagai melatih diri agar tidak melakukan tindakan yang salah dalam menentukan sikap dan perilaku seseorang dalam pergaulan sosial yang dialogis serta dinamis. Atribut yang melekat dalam diri individu akan mendapat penilaian maupun pandangan dari orang lain dalam proses interaksi dimana proses ini dapat menguji individu yang menunjukkan standard dan nilai diri yang tinggi. Diinternalisasi dari masyarakat dan orang lain. Konsep diri seseorang diperoleh dari diri sendiri melalui komunikasi intrapersonal dan orang lain (lingkungan).

Konsep diri mencerminkan konsistensi perilaku sosial seseorang tentang Konsep diri “siapa dan apa saya” . konsep diri merupakan poin utama yang seharusnya perlu di perhatikan karena konsep diri merupakan fundamental diri meliputi bagaimana individu memandang diri. Maka dari itu proses komunikasi intrapersonal dapat menjadi poin kunci dalam aplikasi pembentukan konsep diri,

maulana dan gumelar dalam buku psikologi komunikasi persuasi (hlm.111 : 2013) mengatakan bahwa “Pengetahuan mengenai diri sendiri melalui proses-proses psikologis seperti persepsi dan kesadaran (awarness) terjadi saat berlangsungnya komunikasi intrapribadi oleh komunikator.” Selanjutnya pada halaman yang sama maulana dan gumelar juga menjelaskan hal-hal yang terkait mengenai komunikasi intrapersonal yang dilakukan sehari-hari, ia mengatakan bahwa “aktivitas dari komunikasi intrapribadi yang kita lakukan sehari-hari dalam upaya memahami diri pribadi diantaranya adalah; berdo'a, bersyukur, intropeksi diri dengan meninjau perbuatan kita dan reaksi hati nurani kita, mendayagunakan kehendak bebas dan berimajinasi secara kreatif.”

Maka dari itu komunikasi intrapersonal sejalan dengan proses pembentukan konsep diri. Pada bab tinjauan teoritis yang di bahas oleh peneliti komunikasi intrapersonal menunjukkan peran yang kuat pada diri individu melalui subjektivitasnya dalam membentuk dan mencapai informasi yang diterima oleh individu melalui beberapa tahapan antara lain, sensasi, persepsi, memori dan berfikir hal ini merupakan unsur dan elemen dalam proses komunikasi intrapersonal

Mengacu pada unsur dan elemen dalam proses komunikasi intrapersonal yang terlibat pada individu (burgan & huffner,2002), berikut ini merupakan hasil pembahasan yang dibuat oleh peneliti :

1. Sensasi

Sensasi, yaitu proses menangkap stimulus (pesan/informasi verbal maupun non verbal). Pada temuan penelitian, ketika informan sedang berdialog dengan dirinya sendiri, ketiga informan cenderung melihat kekurangannya terhadap diri hal ini di sebabkan oleh faktor internal sebagai berikut :

- Proses fisik : pada tahapan komunikasi intrapersonal informan cenderung meninjau perbuatan atas kesalahan serta intropeksi diri.
- Proses fisiologis : stimulus atas tinjauan diri tersebut diteruskan melalui syaraf sensoris menuju otak.
- Proses psikologis : ketika informan pada proses fisik atau dengan kata lain melakukan komunikasi intra personal ketika dalam perasaan sedih, maka pada proses psikologis individu akan menangkap hal-hal yang lebih negatif.

2. Persepsi

Secara garis besar pemaknaan mengenai ‘sensasi’ adalah ketidak puasan terhadap diri. Padahal informan akan merasa lebih puas terhadap dirinya jika berfokus pada kelebihan-kelebihan yang ada di dalam dirinya.

3. Memori

tahap memori dilakukan secara aktif, karena informan menambahkan serta mengisi informasi

tambahan yang tidak lengkap dengan kesimpulan sendiri. Pada temuan data secara keseluruhan, informan beberapa kali me *recall* mengenai bentuk tubuh atau hal-hal yang menurutnya kurang pada dirinya, padahal sebenarnya itu hanyalah berdasarkan pemikirannya.

4. Berpikir

Pemecahan masalah yang dilakukan oleh informan ialah keputusan untuk merubah dirinya, seperti sempurna apa yang ia bayangkan. Hal tersebut merupakan salah satu cara membuat dirinya mendapatkan afirmasi secara sosial dan menambah rasa percaya diri bagi dirinya. Namun pada keputusan dalam proses berpikir ini, beraneka ragam : (1) keputusan merupakan hasil berpikir, hasil usaha intelektual; (2) keputusan selalu melibatkan pilihan berbagai alternatif; (3) keputusan selalu melibatkan tindakan nyata, walau pelaksanaannya boleh ditangguhkan atau dilupakan (maulana,gugum. hlm 121)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori utama untuk mengetahui konsep diri informan yaitu teori konsep diri dari Calhoun dan Acocella (1995). Menurut Calhoun dan Acocella (1995), terdapat 3 dimensi dalam konsep diri, yaitu pengetahuan, pengharapan, dan penilaian diri. Pembahasan mengenai konsep diri informan sebagai berikut :

1. Pengetahuan diri

Pengetahuan diri meliputi bagaimana pemahaman seseorang tentang diri sendiri. Pada tinjauan teoritis disebutkan mengenai konsep diri menurut Riswandi (2013, hlm. 64) yang menyatakan bahwa konsep diri adalah pemahaman tentang diri. Dalam hasil penelitian ketiga informan tidak dapat memahami dirinya dengan baik, sehingga dapat di gambarkan bahwa jika seseorang tidak dapat memahami dirinya dengan baik, maka konsep diri individu tersebut tidak baik pula.

2. Pengharapan diri

Dimensi yang kedua adalah pengharapan diri, pengharapan diri merupakan suatu kondisi terhadap pandangan akan diri di masa depan. Hal senada di tuturkan oleh Rogers, dalam Calhoun & 13 Acocella (1995) yang menyatakan bahwa : “saat individu mempunyai satu set pandangan tentang siapa dirinya, individu tersebut juga mempunyai satu set pandangan lain yaitu tentang kemungkinan akan menjadi apa dimasa mendatang.”

Hasil penelitian pada pernyataan ketiga informan, dirinya merasa memiliki kekurangan sehingga dirinya memiliki beberapa harapan untuk memperbaiki kekurangan tersebut. Singkatnya walau informan tidak dapat memahami dirinya dengan baik namun ketiga informan memiliki pandangan terhadap keinginan akan menjadi

seperti apa dirinya kelak.

3. Penilaian terhadap diri

Dimensi lainnya adalah penilaian terhadap diri, hasil dari observasi peneliti dua dari tiga informan tidak dapat menilai dirinya dengan baik. Calhoun & Acocella (1995) menuliskan bahwa orang yang dapat memahami dan menerima sejumlah fakta yang bermacam-macam mengenai dirinya adalah orang yang memiliki tanda konsep diri yang positif.

Artinya bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga informan memiliki konsep diri yang negatif. Calhoun dan Acocella (1995) membagi pola konsep diri menjadi dua, yaitu konsep diri yang positif dan konsep diri yang negatif.

1. Konsep diri positif

Konsep diri yang positif bukanlah sebuah kesombongan atau bukan juga hal yang patut di sombong yang besar tentang dirikan, tetapi penerimaan diri. Tidak seperti konsep diri yang terlalu kaku atau terlalu longgar, konsep diri yang positif bersifat stabil dan bervariasi. Jadi orang dengan konsep diri positif dapat memahami dan menerima sejumlah fakta mengenai dirinya walau fakta tersebut beragam. Karena dia dapat menyerap semua informasi ini secara mental, sehingga tidak ada satupun dari informasi tersebut yang menjadi ancaman bagi dirinya.

Artinya, seseorang dengan konsep diri yang positif, tidak demikian itu berarti mencintai diri sendiri dengan sempurna atau secara dalam. Konsep diri positif berarti mampu memahami dan menerima berbagai fakta mengenai dirinya, dan fakta tersebut sama sekali tidak menggangukannya.

2. Konsep diri negatif

Konsep diri negatif kebalikan dari konsep diri positif. Konsep diri negatif berarti individu tidak dapat memahami dan menerima fakta mengenai dirinya dengan baik, sehingga dirinya merasa terganggu dengan fakta tersebut. Calhoun dan Acocella (1995) mengelompokkan konsep diri yang negatif menjadi dua jenis, antara lain sebagai berikut:

- Pandangan seseorang tentang dirinya sendiri benar-benar tidak teratur, tidak memiliki perasaan kestabilan dan keutuhan diri. Tidak mengetahui siapa dirinya, dengan baik. Serta tidak mengetahui apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan dirinya, atau apa yang ia hargai dalam hidupnya.
- Konsep diri yang terlalu stabil dan terlalu teratur (kaku). Hal ini disebabkan akibat didikan yang sangat keras, terciptanya citra diri yang tidak ingin adanya penyimpangan apapun dari seperangkat aturan ketat, dalam pandangannya, inilah cara

hidup yang benar.

Melihat hasil dari penelitian konsep diri yang di bentuk melalui komunikasi intrapersonal ketiga informan memiliki konsep diri yang rendah dengan kata lain negatif, hal ini disebabkan karena informan tidak merasa percaya diri. Percaya diri adalah sikap positif yang dimiliki individu untuk mengembangkan penilaian positif baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan atau situasi yang dihadapinya (Rini, 2002).

Faktor personal rendahnya konsep diri juga terdapat pada bagaimana individu berdialog dengan diri. Pesan negatif yang di sampaikan terhadap diri akan membuat pikiran individu menjadi negatif. Semestinya kitamenyadari menghasilkan kalimat positif lebih ditujukan ke akal bawah sadar yang apabilaberhasil dibentuk secara positif maka kita akan mengalami hal-hal yang tidak masuk akal tetapi perubahan-perubahan itu memang nyata terjadi. (Ratnasari. 2010, hlm. 167)

Pemikiran negatif adalah pemikiran yang mengganggu, gambaran-gambaran atau ide-ide yang buruk namun menghantui, bersifat menyusahkan, dan sulit di atur (Michael, 2011).

Seseorang yang mempunyai konsep diri negatif, lebih banyak melihat hal negatif dalam dirinya sehingga harga dirinya cenderung rendah. Seseorang yang mempunyai pengharapan diri yang terlalu tinggi dan tidak realistis serta terlalu yakin dapat mencapainya, akan dapat menurunkan harga diri (Bernard, 1991). Sedangkan Faridah (2004) menyatakan bahwa di saat individu berpikir positif tentang dirinya maka akan membuat harga diri individu tersebut tinggi.

Agar terhindar dari konsep diri yang rendah sebaiknya wanita *oversize* dapat mempertahankan serta meningkatkan pikiran yang positif sehingga dengan tetap berpikir positif terhadap diri sendiri, konsep diri yang di bangun akan lebih positif, wanita *oversize* akan merasa lebih percaya diri dan menerima diri apa adanya. Dengan pemikiran positif, wanita *oversize* juga akan lebih bahagia.

Berdasarkan beberapa aspek pikiran positif yang dikemukakan oleh Albrecht (dalam Darmayanti, 2011) yaitu:

1. perhatian positif yaitu kemampuan individu untuk mengubah hal-hal negatif yang ada di dalam dirinya menjadi hal-hal yang bersifat positif,
2. afirmasi diri yaitu berhubungan dengan individu menonjolkan kelebihan yang dimilikinya, kekurangan yang dimilikinya tidak akan menghambat individu dan individu memiliki pemikiran bahwa dirinya sama artinya dengan orang lain,
3. penggambaran diri apa adanya yaitu individu mampu menerima dan menggambarkan keadaan dirinya secara apa adanya, tanpa berusaha menutupi kelemahan atau kekurangan yang dimilikinya dan tidak menilai keadaan orang lain,

4. penyesuaian diri yaitu berhubungan dengan kesadaran individu mengenai sesuatu yang terjadi pada suatu keadaan dan penerimaan keadaan tersebut sebagai wujud kemampuan penyesuaian diri, dan
5. harapan positif yaitu berhubungan dengan anggapan individu bahwa dirinya mampu mencapai kesuksesan dan berusaha untuk mencapai kesuksesan tersebut dengan motivasi diri secara verbal.



Gambar 3. Model temuan penelitian 1

Sumber: Peneliti

Produk pakaian merupakan sebuah proses kreatif desainer, aneka ragam bentuk dan model pakaian kini telah menjadi wujud dari gaya hidup. Dewasa ini produk pakaian memiliki arti sebagai gambaran serta menunjukkan citra dan arti jati diri seseorang. Dari proses kreatif tersebut sehingga desainer dan produsen pakaian berlomba-lomba untuk menciptakan karya yang menarik, agar karya tersebut terlihat lebih menarik dimata khalayak, desainer dan produsen pakaian memamerkan karyanya dengan menonjolkan bentuk tubuh wanita yang ideal. Selain untuk terlihat menarik sebagai karya desainer dan produsen pakaian membuat karya agar memiliki nilai jual untuk di komersilkan. Sehingga pada praktik di lapangan mereka cenderung membuat karyanya terlihat menarik.

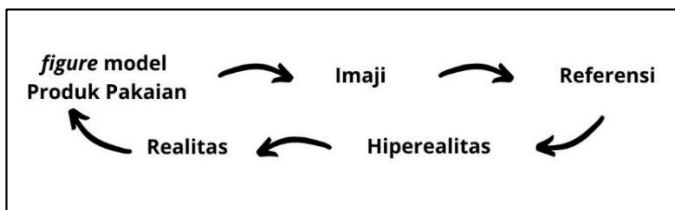
Ketertarikan desainer pakaian dan produsen pakaian pada bentuk tubuh wanita ideal menambah daya tarik karya tentang bentuk tubuh wanita tersebut. Bentuk tubuh dapat diartikan sebagai bentuk konsumtif konsumen segala bentuk produk yang ditawarkan oleh industri pakaian bentuk tubuh juga menjadi salah satu daya tarik sebuah produk sehingga dapat diperdagangkan.

Pada setiap toko product pakaian di mall tersebut terlihat pada semua toko memamerkan product pakaian dengan menggunakan maneken yang berpostur tubuh wanita ideal, selain itu tidak sedikit dari toko-toko tersebut memajang beberapa foto wanita dengan bentuk tubuh ideal. Walaupun di toko tersebut berbagai brand menjual productnya dengan beragam kategori ukuran seperti s,m,l,xl,xxl namun hampir semua toko yang terlihat tidak ada satupun yang menonjolkan productnya dengan bentuk tubuh wanita *oversize* baik menggunakan maneken dengan postur tubuh wanita *oversize* ataupun dalam bentuk foto yang terdapat di toko tersebut.

Sehubungan dengan hal tersebut, berdasarkan temuan penelitian desainer dan produsen pakaian memilih role model dengan bentuk tubuh ideal. Dimana hal ini di rasa dapat membuat pakaian yang dibuatnya terlihat lebih menarik dimata khalayak umum. Namun hal ini tidak disadari oleh desainer dan produsen pakaian, bahwa hal tersebut dapat membuat wanita dengan bentuk tubuh yang tidak seperti yang di tonjolkan industri tersebut merasa bahwa dirinya tidak memiliki bentuk tubuh yang umum dengan kata lain standar.

Akibat adanya standarisasi tersebut, dengan sengaja ataupun tidak sengaja, membuat wanita oversize mengalami kendala realitas menurut Baudrillard bahwa realitas telah melebur menjadi satu dengan tanda, citra model-model reproduksi tidak mungkin lagi menemukan referensi yang real, membuat perbedaan antara representasi dan realitas, citra dan kenyataan, tanda dan ide, serta semu dan yang nyata. (Baudrillard, 1999 dalam Astutik, 2015).

Ekspektasi terhadap penampilan wanita tidak dirasa adil karena wanita paksa untuk tampil menarik, wanita belajar menyesuaikan diri dengan ekspektasi kecantikan . wanita yang sudah memiliki kulit putih, badan tinggi dan tubuh yang langsing dianggap sebagai wanita yang beruntung karena sudah terlahir sempurna menurut standarisasi masyarakat. Bagi wanita, penampilan merupakan cerminan karakter.



Gambar 4. Model temuan penelitian 2

Sumber: Peneliti

Memiliki fisik yang menarik merupakan hak suatu individu, utamanya perempuan. Fisik menjadi bagian utama untuk diperhatikan dibanding aspek lain dalam diri mereka. Berawal dari penampilan fisik, sehingga wanita mulai memberikan gambaran dan persepsi tentang bentuk fisik yang dimiliki, kemudian beranjak pada penampilan fisik yang dimiliki orang lain hingga standar tubuh yang harus dimiliki setiap wanita sehingga dirinya merasa bahwa kecantikan itu dinilai mulai dari bentuk tubuh hingga ukuran baju. Menurut Melliana (2013: 1) kecantikan yang selalu digambarkan oleh industri sejak dahulu adalah perempuan yang memiliki bentuk tubuh yang ideal seperti langsing, tidak kelebihan lemak, perut datar, payudara kencang, pinggang berlekuk-liku, berambut panjang dan pantat sintal serta berkulit putih.

Dari permasalahan konsep diri pada pemaparan peneliti diatas, kendala realitas membatasi sejauh mana individu dapat terlibat dalam angan-angan ekspektasi yang

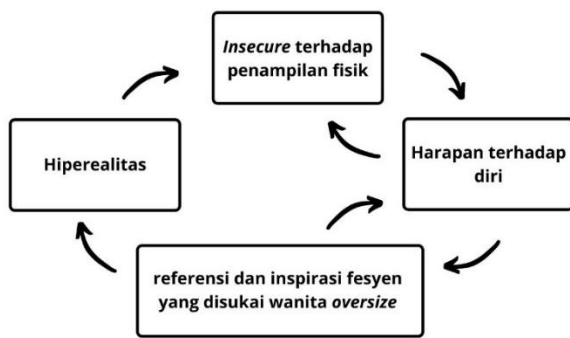
tidak adil terhadap penampilan wanita, penampilan merupakan cerminan diri bagi wanita

Padahal hal tersebut semata-mata hanya gambaran industri, dan bukan hal yang sebenarnya. Sehubungan dengan pembahasan sebelumnya, bahwa pada penelitian ini rendahnya konsep diri informan menjadi berkesinambungan pada pembahasan mengenai konsep diri secara fisik dan sosial memandang hiperealitas dalam model product pakaian. Rendahnya konsep diri yang terbentuk menjadi wanita oversize mengalami kendala realitas. Produsen dan desainer pakaian yang membuat karya dengan menonjolkan bentuk tubuh wanita ideal membuat wanita oversize merasa tidak percaya diri dengan kata lain insecure terhadap bentuk tubuh yang ia miliki.

Berdasarkan pada temuan penelitian ketiga informan tanpa sepakat mengemukakan bahwa bentuk tubuhlah yang membuat ia merasa tidak percaya diri. Selain itu, informan juga meyakini bahwa wanita dengan bentuk tubuh ideal memang menarik sehingga individu yang menjadi inspirasi style pakaian wanita oversize pun memiliki bentuk tubuh ideal, tidak satupun dari inspirasi tersebut yang bentuk tubuhnya menyerupai atau dengan kata lain mewakili bentuk tubuh dirinya sehingga jika ada pendapat lain terhadap tubuh dirinya atau ekspektasi pasangan informan, maka ia merasa harus lebih berfokus pada pemikiran bahwa tubuh adalah bagian yang penting untuk dijaga dan dirawat.

Walau sebenarnya ia merasa nyaman dengan bentuk tubuhnya, tetapi jika dirinya membandingkannya dengan figure tersebut ia merasa tidak percaya diri. Selain itu, wanita oversize mendapat pandangan berbeda dari lingkungan, satu diantara ketiga informan sering mengalami body shaming. Menurut Melliana (2013: 94), terdapat penelitian yang membuktikan bahwa pada para perempuan muda, daya tarik fisik berkorelasi positif dengan tingkat kebahagiaan serta penghargaan diri, dan berkorelasi negatif dengan tingkat kecemasan. Intinya adalah ketika seorang wanita dipuji karena fisiknya, maka hal tersebut akan membuat wanita merasa bahagia dan dihargai. Di saat yang sama, wanita akan merasa cemas ketika menyangkut kekurangan fisik..

Selain itu ketiga dari informan wanita oversize pernah bahkan diantara ketiga nforman sering mengalami kendala realitas ketika sedang berbelanja pakaian, dimana ketika dirinya membeli sebuah product pakaian terlihat cantik dan indah namun ketika dirinya mencoba memakai product tersebut, terlihat tidak seindah yang di bayangkan. Hal ini adalah gambaran ekspektasi yang di bayangkan oleh individu tersebut namun, realitasnya keadaan tidak sama. Padahal kenyataannya pakaian yang memang mampu menunjukkan citra diri tetapi jika pemakainya tidak percaya diri hal tersebut tidak akan sebanding dengan product pakaian yang dikenakan. Kunci utama cantik itu terpancar dari dalam diri, aura positif dan konsep diri yang positif dapat memancarkan inner beauty.



Gambar 5. Model temuan penelitian 3

Sumber: Peneliti

Melihat hasil dari penelitian konsep diri yang di bentuk melalui komunikasi intrapersonal ketiga informan memiliki konsep diri yang rendah dengan kata lain negatif, hal ini disebabkan karena informan tidak merasa percaya diri. Seseorang yang mempunyai konsep diri negatif, lebih banyak melihat hal negatif dalam dirinya sehingga harga dirinya cenderung rendah. Seseorang yang mempunyai pengharapan diri yang terlalu tinggi dan tidak realistis serta terlalu yakin dapat mencapainya, akan dapat menurunkan harga diri (Bernard, 1991). Sedangkan Faridah (2004) menyatakan bahwa di saat individu berpikir positif tentang dirinya maka akan membuat harga diri individu tersebut tinggi.

Sehubungan dengan hiperealitas pada temuan penelitian, desainer pakaian dan produsen pakaian merasa jika membuat karya dengan ukuran umum permintaannya lebih banyak di banding dengan ukuran *oversize* dengan kata lain lebih banyak diminati di banding dengan ukuran tubuh wanita *oversize*. Atas dari standarisasi tersebut, sehingga figure yang di anggap ketiga wanita informan menarik adalah wanita dengan berbadan langsing atau dengan kata lain standar.

wanita *oversize* pernah bahkan diantara ketiga nforman sering mengalami kendala realitas ketika sedang berbelanja pakaian, dimana ketika dirinya membeli sebuah product pakaian terlihat cantik dan indah namun ketika dirinya mencoba memakai product tersebut, terlihat tidak seindah yang di bayangkan. Hal ini adalah gambaran ekspektasi yang di bayangkan oleh individu tersebut namun, realitasnya keadaan tidak sama. Padahal kenyataannya pakaian yang memang mampu menunjukan citra diri tetapi jika pemakainya tidak percaya diri hal tersebut tidak akan sebanding dengan product pakaian yang dikenakan. Kunci utama cantik itu terpancar dari dalam diri, aura positif dan konsep diri yang positif dapat memancarkan *inner beauty*.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. rendahnya konsep diri juga terdapat pada

bagaimana individu berdialog dengan diri. Pemikiran negatif adalah pemikiran yang mengganggu, Konsep diri menjadi negatif, karena komunikasi intrapersonal dikemukakan secara negatif. Hal ini dibuktikan dengan ketiga informan tidak dapat mengenali dirinya sendiri dengan baik.

2. Industri pakaian menonjolkan productnya dengan menonjolkan wanita ideal sehingga wanita *oversize* mengalami kendala realitas terutama terhadap tubuhnya Ekspektasi terhadap penampilan wanita tidak dirasa adil karena wanita paksa untuk tampil menarik, wanita belajar menyesuaikan diri dengan ekspektasi kecantikan . wanita yang sudah memiliki kulit putih, badan tinggi dan tubuh yang langsing dianggap sebagai wanita yang beruntung karena sudah terlahir sempurna menurut standarisasi masyarakat.

V. SARAN

A. Saran Teoritis

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini membahas mengenai komunikasi intrapersonal, konsep diri dan Hiperealitas. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan teori komunikasi yang lainnya, atau dapat menggunakan subjek yang berbeda. Sehingga penelitian selanjutnya mendapat unsur kebaruan dan lebih dalam dari penelitian ini.
2. Peneliti berharap kedepannya akan ada penelitian sejenis dengan studi dan teknik pengumpulan data penelitian yang berbeda, sehingga dapat memperluas perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang komunikasi dan public relations.

B. Saran Praktis

1. Bagi wanita *oversize*, diharapkan penelitian ini bisa memberikan informasi bagi wanita *oversize* agar dapat memahami dan mengenali dirinya sehingga dirinya dapat lebih percaya diri agar dapat menerima fakta akan dirinya sehingga hal tersebut tidak akan mengganggunya. selain itu wanita *oversize* diharapkan tidak perlu memandang standar kecantikan yang di buat oleh industri pakaian, dan percaya bahwa setiap individu itu "unik" dan "khas" sehingga kecantikan dapat terpancar dari kepercayaan diri wanita tersebut terlepas bagaimana bentuk tubuhnya.
2. Bagi desainer dan Produsen pakaian, diharapkan setelah membaca penelitian ini desainer mengetahui hiperealitas yang terjadi akibat dari hasil karya maupun product buatannya. Dengan demikian diharapkan desainer dapat membuat karya serta menonjolkannya dengan berbagai macam bentuk model tubuh wanita yang beragam

karena semua bentuk tubuh wanita itu cantik.

ACKNOWLEDGE

Saya ucapkan terimakasih kepada Allah SWT berkat rahmat dan hidayahnya saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sehat wal'afiat, juga kepada pihak keluarga peneliti serta rekan yang telah mensupport peneliti sejauh ini. Selain itu saya ucapkan terimakasih banyak kepada sivitas akademika serta dosen pembimbing yang telah membimbing peneliti dengan baik sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada informan wanita *oversize*, desainer serta produsen pakaian yang telah mendukung dan membantu dalam memberikan data dan informasi untuk tujuan penelitian ini. Serta kepada dosen pembimbing peneliti berkat arahan serta bimbingannya penelitian ini dapat diselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Cangara, Hafied. (2007) *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- [2] Jalaludin Rahmat. (2015). (ed 30). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- [3] Burgon & Huffner. 2002. *Human Communication*. London: Sage Publication
- [4] Gunawan, Gugun Arief. 2007. *Beladiri*. Yogyakarta. PT. Pustaka Insan Madani.
- [5] Faridah, A.R. 2004 .Pengaruh pelatihan harga diri terhadap penyesuaian diri pada remaja. Yogyakarta: Universitas Ahmad Dahlan
- [6] Nawangsari Nur dan Yuningsih. 2016. "Pola Komunikasi dalam Proses Pembentukan Konsep Diri Remaja", dalam Jurnal penelitian Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba. Vol 2 Nomor 2. Tahun 2016 (Hal 601)
- [7] Storey, John. (2004). Teori Budaya dan Budaya Pop. Memetakan Lanskap Konseptual Cultural
- [8] Yulianita, Neni. (2001). Media Massa dan Gaya Hidup Wanita. Dalam *Jurnal Sosial dan Pembangunan*. Vol 17 Nomor 3. Tahun 2001 (hal 315)
- [9] Novilini, Olga Puspa, Hernawati, Riza. (2021). *Opini Member Mengenai Personal Selling Sales Moka Pos dalam Memasarkan Produk*. Jurnal Riset Public Relation, 1(1). 1-7