



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB II**

### **KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sejenis yang sudah pernah dilakukan sebelumnya mengenai metroseksual, Interaksionisme Simbolik dan maskulinitas. Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian terdahulu dan memberikan pandangan, pemahaman dan pengetahuan baru atas maskulinitas yang selama ini “dikotak-kotakan” oleh masyarakat. Sebagian besar penelitian memfokuskan pada Interaksionisme Simbolik, tetapi hanya ada tiga penelitian yang mengkaitkan dengan *gender* atau seksualitas yaitu jurnal Kilty dan Crépault (2016), Longmore (2014) serta Jackson dan Glasgow (2010). Sementara penelitian Teague, Leith dan Green (2013) melihat pentingnya komunikasi simbolik untuk mengurangi kecelakaan kerja dan meningkatkan keamanan karyawan di *Rail Transport Executive* (RTE). Namun, di dalam penelitian terdahulu mengenai Interaksi Simbolik *gender* dan seksualitas, tidak dibahas secara spesifik dan mendalam tentang pemaknaan maskulinitas. Semuanya hanya menjelaskan perbedaan perilaku seksual secara simbolik antara pria dan wanita.

Adapun penelitian terdahulu mengenai metroseksual sendiri sebatas membahas mengenai citra atau konsep diri dan gaya hidup mereka seperti penelitian Cheng, Ooi dan Ting (2010), serta Lertwannawit dan Guild (2010). Sedangkan penelitian Piayura (2013) lebih mengulas metroseksual dari perbedaan waktu dan jaman, bahwa sebenarnya kaum metroseksual sudah ada sebelum

maskulinitas tradisional. Semua penelitian metroseksual tersebut tidak membahas pemaknaan maskulinitas dari interaksi yang terjadi di lingkungan partisipan terkait. Sementara itu sebagian besar penelitian terdahulu mengenai maskulinitas lebih menekankan pada dampak negatif dari nilai-nilai maskulinitas yang destruktif seperti jurnal Wikström (2019) serta Fleming, Lee, dan Dworkin (2014). Penelitian tersisa, yaitu milik Radzi, Hamid dan Bakar (2018) membahas mengenai kontruksi makna maskulinitas, bahwa identitas pria mulai berubah dan maskulinitas tradisional telah mengalami resonansi makna. Namun, karena penelitian dilakukan menggunakan metode kuantitatif, penyebab dari perubahan makna ini tidak disoroti sebagai hal yang penting.

Dengan demikian, penelitian ini berusaha untuk melengkapi celah penelitian yaitu belum pernah ada penelitian yang mengkaitkan antara Interaksi Simbolik, maskulinitas (*toxic masculinity*), dan metroseksual. Penelitian berjudul “*Pemaknaan Maskulinitas oleh Pria Metroseksual*” (2020) ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif serta teori Interaksionisme Simbolik dan konsep dimensi perbedaan budaya Maskulinitas vs Feminitas. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah fenomenologi. Data dikumpulkan melalui *in-depth interview*. Penelitian ini cukup berbeda dengan penelitian terdahulu karena sebagian besar penelitian memfokuskan maskulinitas (*toxic masculinity*) pada tindakan kekerasan atau pelecehan seksual. Dalam penelitian terdahulu, *toxic masculinity* sendiri muncul karena Interaksi Simbolik masyarakat budaya patriarki. Dengan demikian, penelitian ini berusaha mempelajari apakah kaum metroseksual menganggap maskulinitas tradisional sebagai *toxic masculinity* dan bagaimana mereka

membentuk makna baru atas maskulinitas. Lebih lanjut, pemaknaan pria metroseksual atas maskulinitas dilihat dari interaksi yang terjadi di lingkungan mereka.

Tabel 2.1.  
Penelitian Terdahulu

| Nama peneliti terdahulu  | Judul penelitian  | Metodologi yang digunakan  | Hasil   |
|--|---|--|---|
| Fan Shean Cheng, Cheng Soon Ooi dan Ding Hooi Ting (Monash University Malaysia , 2010)   | <b><i>“Factors Affecting Consumption Behavior Of Metrosexual Toward Male Grooming Products”</i></b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ menggunakan pendekatan kuantitatif</li> <li>○ uji reabilitas milik <i>Cronbach’s alpha coefficient</i></li> <li>○ menggunakan teknik <i>snowballing sampling methods</i></li> <li>○ metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner</li> </ul>                                | Kekhawatiran pria pada citra diri berhubungan dengan penggunaan produk perawatan pria. Tindakan pria mengonsumsi produk perawatan dipengaruhi oleh promosi yang dilakukan selebriti. Pria metroseksual mengonsumsi produk perawatan agar diri mereka diterima oleh lingkungan sosial.   |
| Aurathai Lertwannawit, Ph.D. (Suan Dusit Rajabhat University Thailand, 2010)<br><br>Nak Gulid, Ph.D., (Srinakharinwirot University Thailand, 2010) | <b><i>“Metrosexual Identification: Gender Identity And Beauty-Related Behaviors”</i></b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Jenis penelitian adalah kuantitatif.</li> <li>○ Metode pengumpulan data yaitu kuisisioner</li> <li>○ Teknik pengumpulan data yaitu <i>purposive sampling</i> pada 263 orang berumur 20-50 tahun dengan penghasilan per bulan kurang lebih 20,000 Baht (\$570 USD).</li> </ul> | Metroseksual dominan pada aspek feminitas, terbukti sangat memerhatikan penampilan. Pengawasan diri, citra diri, kepekaan terhadap <i>fashion</i> , penampilan dan status memengaruhi kaum metroseksual dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian, terbukti bahwa pria metroseksual melakukan konstruksi identitas gender. |
| Jennifer M. Kilty dan  | <b><i>“Institutionalizing Public</i></b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Penelitian ini</li> </ul>   | Basiswa publik dalam  |

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <p>Charissa Crépault<br/>(University of Ottawa,<br/>2016)</p>       | <p><i>Scholarship: Lessons from<br/>Feminism and Symbolic<br/>Interactionism”</i></p>    | <p>menggunakan jenis<br/>penelitian kualitatif.</p>  | <p>universitas korporat bersifat<br/>melembagakan.<br/>Pelatihan pembentukan etika<br/>kerja penerima beasiswa<br/>dapat melemahkan interaksi<br/>dengan beragam publik. Hal ini<br/>bertentangan dengan teori<br/>interaksionisme. Praktisi<br/>organisasi harus berhati-hati dan<br/>memastikan metode untuk<br/>melakukan beasiswa<br/>berkomitmen tidak teralihkan<br/>oleh permintaan institusi.<br/>Akademisi dalam beasiswa<br/>berkomitmen dapat melakukan<br/>pengawasan material dimana<br/>terdapat interaksi sosial dalam<br/>pelatihan.</p> |
| <p>Christine Teague, David<br/>Leith dan Lelia Green<br/>(2013)</p> | <p><i>“Symbolic Interactionism in<br/>Safety Communication in the<br/>Workplace”</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Menggunakan jenis<br/>penelitian kualitatif</li> <li>○ Menggunakan dua<br/>investigasi mendalam<br/>etnografi: di Orcol dan<br/>RTE (<i>Rail Transport<br/>Executive</i>) wilayah urban<br/>di Australia</li> </ul> | <p>Subkultur sebuah kelompok<br/>berkembang dengan sendirinya<br/>bersama nilai dan makna yang<br/>dianut kelompok tersebut.<br/>Untuk mengurangi kecelakaan<br/>kerja, manajer harus membangun<br/>ikatan dengan pekerja untuk<br/>memahami nilai simbolik yang<br/>diberikan staf garis depan dan<br/>bekerjasama membangun kultur<br/>keamanan yang mana pekerja<br/>akan dilindungi oleh manajemen<br/>di dalam realitas simbolik</p>  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  | mereka.<br>Interkasionisme simbolik memiliki perspektif yang luas dan berkontribusi pada perubahan keadaan serta bekerja dari pemikiran individual terhadap interaksi dalam seluruh organisasi.  |
| Nur Syuhada Mohd Radzi, Bahiyah Dato' Hj. Abdul Hamid dan Kesumawati Abu Bakar (Universiti Kebangsaan Malaysia, 2018). | <b><i>“The Discursive Construction of Modern Masculine Identities in Contemporary Malaysia”</i></b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif</li> <li>○ Teknik pengumpulan data menggunakan survei dan <i>in-depth focus group interview</i>.</li> <li>○ Data survei dianalisis menggunakan SPSS. Data dari <i>Focus Group Discussion (FGD)</i> dianalisis dari jawaban informan yang direkam</li> </ul> | Identitas dibentuk oleh lingkungan sosial modern, dan di Malaysia terdapat banyak definisi dari maskulinitas. Pria dalam penelitian ini menyadari multidimensi makna maskulinitas sehingga identitas pria mulai berubah. Dengan demikian, penelitian ini menyetujui bahwa maskulinitas tradisional di Malaysia perlahan-lahan memiliki resonansi dan makna baru. |
| Malin Christina Wikström (University of Aberdeen, 2019).   | <b><i>“Gendered Bodies and Power Dynamics: The Relation between Toxic Masculinity and Sexual Harassment”</i></b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Metode dalam penelitian adalah analisis isi.</li> </ul>   | Setiap manusia hidup di lingkungan yang memperkuat dan menganggap normal <i>toxic masculinity</i> . Hal ini sangat problematik karena pria yang tidak dapat mencerminkan nilai maskulinitas tradisional menjadi rentan dan merasa takut tidak diterima dalam lingkungan sosial.  |

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
|   |  |  | Pada akhirnya mereka melakukan tindakan menyeleweng seperti pelecehan seksual.   |
| Orathai Piayura (2013)  | <b><i>“Metrosexual Men in Thai Classical Literature”</i></b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Penelitian berjenis kualitatif</li> <li>○ Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi dari literatur klasik Thailand.</li> </ul> | Metroseksual telah eksis dalam literatur thailand dan digambarkan sangat diterima baik oleh lingkungan sosial. Tubuh dan kerupawanan pria sudah dipandang penting sejak dahulu kala, sehingga pria berhak untuk berkeinginan menjadi tampan. Sebab, metroseksual bukanlah “pria baru” melainkan pria lama yang muncul jauh sebelum maskulinitas tradisional terbentuk. |
| Paul J. Fleming, MPH, Joseph G.L. Lee, MPH, CPH, and Shari L Dworkin, PhD, MS (2014). | <b><i>“Real Men Don’t”: Constructions of Masculinity and Inadvertent Harmin Public Health Interventions”</i></b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif</li> <li>○ Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi</li> </ul>                 | Masyarakat tidak perlu menjadi pria sebagaimana dituntut oleh tantangan #ManUp. Dunia perlu menyadari bahwa program transformatif gender telah secara positif membentuk kesetaraan gender sehingga masyarakat harus berhenti memperkuat arti gender dan stereotip sosial yang destruktif.  |
| Monica A. Longmore (2014).  | <b><i>“Symbolic Interactionism and The Study of Sexuality”</i></b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Jenis penelitian ini kualitatif</li> <li>○ Menggunakan metode</li> </ul>  | Perilaku seksual bersifat simbolik. Pria dan wanita menggunakan simbol dan hidup   |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  |  | <p>penelitian analisis isi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Melihat pandangan filosofi sosial <i>Scottish Enlightenment</i> dan pragmatisme Amerika</li> </ul>                                 | <p>di dunia penuh makna yang diciptakan simbol tersebut. Perilaku seksual diasosiasikan dengan berbagai aktivitas yang memiliki makna berbeda. Makna simbolik yang diasosiasikan dengan seksualitas mempengaruhi bagaimana manusia memandang diri sendiri, bagaimana manusia terikat dengan orang lain dan bagaimana pandangan dan hubungan orang lain dengan seseorang. Kenyataan bahwa manusia adalah makhluk seksual ditentukan secara biologis melalui reproduksi, tetapi bagaimana manusia menjadi seksual (dimana, kapan, seberapa sering, dengan siapa, dan mengapa) dipengaruhi oleh pembelajaran kultural, dengan makna yang disalurkan dalam pengaturan sosial.</p> |
| <p>Stevi Jackson<br/>(University of York,<br/>2010)</p> <p>Sue Scott Glasgow<br/>(Caledonian University,<br/>2010)</p> | <p><b><i>“Rehabilitating Interactionism for a Feminist Sociology of Sexuality”</i></b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kualitatif</li> <li>○ Penelitian berusaha memperbaiki pemikiran radikal tradisi interaksionis dan</li> </ul> | <p>(1) anti-esensialisme radikal membuat banyak orang memandang perbedaan seksual pria dan wanita sebagai konsekuensi dari proses sosial daripada perbedaan represi.</p>  |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  |  | <p>melanjutkan keterikatan secara khusus analisis sosiologis dan feminis atas seksualitas.</p> | <p>(2) Dengan membedakan secara analitis antara gender dan seksualitas, seseorang dapat berteori tentang hubungan gender dan seksualitas tanpa memutuskan terlebih dahulu bagaimana keterkaitan terwujud. Kategori gender dan seksualitas menjadi beragam untuk perubahan sosial, kebudayaan dan hak pilih manusia. Feminitas menjadi beragam dan terlalu mengistimewakan seksualitas sebagai subordinasi wanita atau dasar dari fungsi psikis manusia.</p> |
|--|--|--|---|

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2020

## **2.2. Konsep dan Teori penelitian**

Konsep dan teori menjadi aspek yang penting dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan konsep dan teori komunikasi sebagai landasan untuk berpikir dan melakukan analisis terhadap data penelitian. Teori komunikasi utama yang digunakan adalah Interaksionisme Simbolik karena penelitian ini ingin melihat bagaimana interaksi yang terjadi di lingkungan pria metroseksual sehingga maskulinitas dimaknai secara berbeda. Sedangkan, konsep dalam penelitian ini menggunakan salah satu dimensi komunikasi antar budaya milik Hofstede yaitu Maskulinitas vs Feminitas. Konsep ini membahas mengenai perbedaan karakteristik maskulinitas dan feminitas. Kedua nilai ini sangat relevan dengan topik penelitian karena metroseksual sebagai laki-laki yang bertingkah laku maskulin justru mengonsumsi gaya hidup feminin.

### **2.2.1. Makna Maskulinitas dalam budaya Patriarki**

Mengutip Hofstede & Minkov (2010) dalam buku Devito (2016, h. 62), konsep diri seseorang termasuk bagaimana seseorang menginterpretasikan suatu hal dipengaruhi oleh kebudayaan terkait peran *gender* mengenai bagaimana pria dan wanita harus bertindak (Devito, 2016, h. 61). Dalam hal ini, terdapat klasifikasi yang mana kebudayaan dilihat dari dua sudut pandang yaitu maskulinitas dan feminitas (Devito, 2016, h. 61). Kebudayaan maskulin menjunjung tinggi nilai agresivitas, kesuksesan materi, dan kekuatan. Kebudayaan maskulin menekankan kesuksesan dan mendorong anggotanya untuk menjadi pribadi yang tegas, ambisius dan kompetitif. Sebagai contoh, penganut kebudayaan maskulin akan melakukan konfrontasi terhadap masalah secara frontal dan berani melawan perbedaan secara kompetitif. Mereka cenderung

menggunakan strategi konflik untuk membantu mereka menang dan memastikan pihak lain kalah. Strategi ini sering disebut sebagai *win-lose strategies*

Sedangkan kebudayaan feminin lebih menunjung nilai kesopanan, kualitas hidup, kepedulian pada hubungan dan kelembutan (Hofstede dalam Devito, 2016, h. 61). Penganut kebudayaan feminin menekankan anggotanya untuk mengutamakan toleransi dan kedekatan hubungan. Dengan demikian, dalam menghadapi konflik atau menyelesaikan masalah, budaya feminin lebih menginginkan kompromi, negosiasi dan menggunakan *win-win strategies* untuk memastikan tidak ada pihak yang dirugikan (Hofstede dalam Devito, 2016, h. 61).

*Gender* merujuk pada karakteristik manusia sebagai pria dan wanita.

Dengan demikian peran *gender* merupakan serangkaian ekspektasi yang menentukan bagaimana wanita dan pria harus berpikir, bertindak dan mengekspresikan perasaan (Santrock, 2013, h. 168). Pada tahun 1970, pria diberi label "*instrumental*" termasuk di dalamnya terdapat beberapa karakter seperti independen, agresif, dan berorientasi pada kekuatan (Santrock, 2013, h. 175). Sedangkan wanita diberi label "*ekspresif*" yang identik dengan sifat hangat dan sensitif (Santrock, 2013, h. 168).

Sifat instrumental berhubungan dengan maskulinitas tradisional yang menggambarkan peran pria untuk keluar ke dunia sebagai pencari nafkah Santrock (2013, h. 175). Sementara sifat ekspresif wanita berkesinambungan dengan feminitas tradisional yang menggambarkan wanita sebagai makhluk yang sensitif, penyayang dan pengasuh di dalam rumah. Peran *gender* dan label tersebut tidak hanya berbeda tetapi tidak setara dipandang dari segi status sosial dan kekuatan. Karakter feminitas tradisional diibaratkan anak kecil, merujuk

kepada seseorang yang tidak independen dan menjadi bawahan orang lain. Lebih lanjut, Santrock (2013, h. 75) menjelaskan mengenai maskulinitas dan feminitas tradisional:

*“Maskulinitas tradisional menganggap pria pantas untuk berurusan dengan dunia lebih luas dan menggunakan otoritas. Wanita dipersepsikan lebih mengekspresikan ketakutan, rasa bersalah, cinta, kesedihan, rasa malu, kejutan dan simpati daripada pria. Pria dipersepsikan lebih mengekspresikan kemarahan dan kebanggaan daripada wanita.”*

Dengan demikian, menurut stereotip maskulinitas tradisional, pria diharuskan untuk menjadi independen, agresif dan tangguh sehingga pria berhak untuk bekerja di ruang publik guna memenuhi kebutuhan keluarganya, keluarga istrinya dan rumah tangga (Santrock, 2013, h. 183). Sedangkan, feminitas tradisional mengharuskan wanita untuk bergantung pada pria, mengasuh anak, dan tidak memiliki ketertarikan pada kekuasaan. Sehingga, sudah menjadi aturan permanen bagi wanita untuk mengurus rumah tangga.

Pada dasarnya, stereotip *gender* sudah dilekatkan pada diri seseorang sejak anak-anak (Santrock, 2013, h. 171). Orang tua mendidik anak laki-laki dan perempuan secara berbeda. Sebagai contoh, orang tua memberikan kebebasan dan kepercayaan lebih kepada anak laki-laki daripada anak perempuan dengan harapan putra mereka dapat tumbuh menjadi pria yang tangguh dan bertanggungjawab. Berbeda dengan anak perempuan, orang tua sangat mengkhawatirkan kerentanan seksual pada wanita sehingga orang tua akan mengawasi secara lebih protektif untuk memastikan bahwa mereka didampingi. Hal ini terjadi karena stereotip *gender* yang berkembang di masyarakat. Menurut UNICEF pada 2013 dalam buku Santrock (2013, h. 170), hampir semua

kebudayaan di dunia memandang wanita memiliki lebih sedikit kekuatan dan kedudukan daripada pria dan wanita mengontrol lebih sedikit mengontrol sumber daya manusia dibandingkan pria.

Perkembangan *gender* anak-anak dan remaja dipengaruhi oleh observasi dan imitasi mereka terhadap tingkah laku orang lain dalam konteks *gender* (Santrock, 2013, h. 171). Jika tingkah laku seseorang sesuai dengan kepantasan *gender* di masyarakat, mereka akan diapresiasi. Sebaliknya, jika mereka terlibat dalam aktivitas yang dianggap menyalahi aturan dan norma *gender*, mereka akan dikritisi bahkan diabaikan oleh sekelilingnya. Menurut Pasterski, Golombok & Hines dalam buku Santrock (2013, h. 172), pada dasarnya, masyarakat lebih menerima wanita yang bertingkah laku seperti pria daripada pria yang bertingkah laku seperti wanita, karena istilah '*tomboy*' untuk mendeskripsikan wanita maskulin lebih tidak bersifat merendahkan daripada istilah '*banci*' yang ditujukan untuk pria feminin. Selain itu, penelitian telah menemukan bahwa stereotip *gender* pria lebih kaku daripada wanita (Blakemore, 2009 dalam Santrock, 2013)

Gambar 2.1

#### Daftar Peran Gender BSRI BEM

| Examples of masculine items | Examples of feminine items  |
|-----------------------------|-----------------------------|
| Defends own beliefs         | Does not use harsh language |
| Forceful                    | Affectionate                |
| Willing to take risks       | Loves children              |
| Dominant                    | Understanding               |
| Aggressive                  | Gentle                      |

Sumber: Santrock, 2013

## **2.2.2. Maskulinitas Tradisional sebagai *Toxic Masculinity* bagi Pria Metroseksual**

Fenomena kemunculan metroseksual dengan tingkah laku yang berorientasi pada penampilan dianggap telah membuat nilai-nilai maskulinitas tradisional mengalami deskonstruksi (Mulyana, 2015, h. 40). Mengutip Gill et Al (2006) dalam jurnal Lertwannawit & Guild (2010, h. 86), beberapa ahli psikologi memercayai bahwa maskulinitas dan feminitas dapat beragam dalam diri individu terlepas dari jenis kelamin biologis. Lebih lanjut, Bem (1974) dalam Lertwannawit & Guild (2010, h. 86) menekankan bahwa seseorang dapat menjadi maskulin, feminis, tidak terdiferensiasi atau berkelamin dua sebagai indikator dari perbedaan antara dukungan individu tersebut terhadap karakteristik maskulin dan feminin (Lertwannawit & Guild, 2010, h. 86).

Metroseksual terdiri dari kata “metropolitan” dan “heteroseksual”. Metropolitan dapat dikatakan sebagai perkotaan besar yang dikelola dari segi kependudukan, perekonomian, perbankan dan aspek penunjang kehidupan yang lain. Sedangkan heteroseksual merujuk pada ketertarikan seksual, ketertarikan romantis, atau kebiasaan seksual individu atau kelompok berbeda jenis kelamin dalam konteks pasangan *gender*. Metroseksual adalah pria metropolitan yang menghabiskan waktu dan usaha pada penampilannya (Lertwannawit & Guild, 2010, h. 85). Selain itu, berdasarkan definisi Euromonitor International pada 2010 dalam buku Hall (2015, h. 33), metroseksual juga dikonstruksi sebagai pria heteroseksual yang tidak malu menunjukkan ketertarikan dalam berbelanja, *fashion*, *fitness* dan perawatan pribadi.

Pria metroseksual sangat peduli terhadap penampilan sehingga rela menggunakan uang, waktu, dan tenaga untuk perawatan diri di salon atau klinik kecantikan selama berjam-jam dan mengikuti *fashion* terkini. Metroseksual merupakan pengembangan aspek dari pria jantan yang berubah menjadi pria feminin, atau *woman-oriented man* (Mulyana, 2015, h. 41). Pria metroseksual memandang maskulinitas sebagai orang yang tidak malu menunjukkan sisi feminimnya sehingga maskulinitas tidak lagi ditentukan berdasarkan kegarangan, kegagahan atau kekerasan (Mulyana, 2015, h. 19).

Menurut Mulyana (2015, h. 76), ciri-ciri pria metroseksual adalah sebagai berikut:

1. Selalu berusaha berpenampilan cantik yang terkesan narsis, mencintai diri sendiri dan menganut gaya hidup perkotaan;
2. Menghasilkan uang untuk digunakan berbelanja atau merawat tubuh;
3. Hidup di perkotaan tempat masyarakat urban menggunakan berbagai fasilitas yang dapat menunjang penampilan;
4. Menganggap objek kenikmatan terpusat pada dirinya, meliputi orientasi seksual, kenikmatan seksual, dan preferensi seksual;
5. Memiliki profesi yang menuntut penampilan baik sehingga mendorong dirinya mengonsumsi produk-produk mahal demi mempercantik diri

Sedangkan, menurut Kartajaya dalam buku Ismoyo (2018, h. 24), ciri-ciri yang dimiliki pria metroseksual antara lain:

1. Pada dasarnya, hidup di kota metropolitan dimana memberikan akses pergaulan, informasi dan gaya dihidup yang dianut;

2. Berasal dari ekonomi kelas atas yang memiliki penghasilan cukup besar karena kebutuhan hidup lebih dikhususkan untuk perawatan diri;
3. Memiliki gaya hidup hedonis dan urban;
4. Mengikuti perkembangan mode dari majalah model pria dan mengaplikasikannya dalam kehidupan nyata agar memiliki penampilan modern sesuai tren;
5. Pada umumnya, mempunyai berpenampilan menarik, rapi dan *dandy* karena sangat peduli terhadap penampilan khususnya di depan umum

Secara psikologis dan sosial, sisi kewanitaan pria metroseksual membuat mereka dapat berkomunikasi lebih baik daripada pria pada umumnya. Pria metroseksual cenderung lebih didominasi oleh perasaan sehingga mereka cukup sensitif terhadap berbagai hal, terutama penampilan (Mulyana, 2015, h. 76). Mereka berani mengekspresikan emosinya, merasa nyaman berada di kalangan wanita, menghormati wanita dan gemar bersosialisasi seperti wanita. Dengan demikian, mereka dapat dengan mudah membangun koneksi karena terikat secara emosional. Gaya hidup metroseksual cenderung bersifat narsistik dan hedonis. Mengutip Mark Simpson dalam buku Mulyana (2015, h. 73), kaum metroseksual tidak hanya jatuh cinta terhadap dirinya sendiri tetapi juga gaya hidup urban.

Karena pria metroseksual tidak malu menunjukkan sisi femininnya, mereka sering dipandang sebagai pesolek (Mulyana, 2015, h. 73). Mereka sangat terobsesi dengan penampilan sehingga akan melakukan segala hal untuk membuat diri terlihat sempurna (Mulyana, 2015, h. 75). Tidak jarang pria metroseksual yang merasa kurang nyaman dengan bentuk tubuhnya melakukan *fitness* di pusat kebugaran. Selain itu, tidak sedikit pria metroseksual yang menggunakan produk

perawatan tubuh (*skincare*) dan kosmetik agar penampilan kulit mereka lebih menarik. Pakaian yang dikenakan pria metroseksual biasanya bermerek karena pada dasarnya hidup di kawasan metropolitan membuat mereka menjadi *brand-minded*.

Mereka sangat aktif mengikuti tren demi penampilan yang *fresh* dan tidak membosankan. Meskipun berbeda dari pria pada umumnya, pria metroseksual tidak mengalami kelainan seksual. Sebab, istilah metroseksual lebih menggambarkan gaya hidup, bukan preferensi seksual (Mulyana, 2015, h. 79) menjelaskan bahwa metroseksual tetap seorang pria, hanya saja berkeinginan untuk selalu tampil bersih dan rapi karena tuntutan pekerjaan. Mereka juga tetap tertarik pada sosok wanita dalam memilih pasangan.

Dengan demikian, metroseksual masih tergolong pria dan tetap maskulin meskipun mungkin tidak seperti yang dipersepsikan masyarakat selama ini. Bagaimana kaum metroseksual memaknai maskulinitas secara berbeda akan berujung pada pemaknaan mereka atas maskulinitas tradisional sebagai *toxic masculinity*. *Toxic masculinity* dapat disimpulkan sebagai dampak negatif dari sikap yang terlalu mengangungkan kejantanan seperti dominasi, kekuatan, kekerasan, status, agresivitas, keberanian, kuasa, dan control (Sculos, 2017, h. 1)

Stereotip tradisional yang mengikat pria untuk menjadi maskulin sebagaimana yang diinginkan dan diapresiasi masyarakat membawa dampak negatif. Ketakutan terbesar yang dirasakan laki-laki adalah mereka tidak akan diakui sebagai pria jika terlalu menunjukkan hal-hal yang tidak maskulin (Wikström, 2019, h. 28). Menurut Zager & Rubenstein dalam buku Santrock

(2013, h. 184), anak laki-laki diajarkan untuk menjadi tangguh dan tidak terbawa perasaan sehingga ketika mereka merasakan kesedihan, sebagian besar dari mereka tidak mengerti bagaimana cara mengekspresikan perasaan mereka karena takut akan diejek.

Mereka tidak memahami dengan benar bagaimana cara mengontrol agresi (Santrock, 2013, h. 184). Hal ini menjadi kekhawatiran khususnya bagi pria penganut kuat maskulinitas, karena berujung pada masalah perilaku. Sebab, beberapa tingkah laku mungkin tidak diterima secara sosial tetapi menunjukkan sisi maskulin pria. Di dalam beberapa kebudayaan, pria muda dipandang lebih jantan jika terlibat dalam seks pra nikah, mengonsumsi alkohol, menggunakan narkoba, dan berpartisipasi dalam aktivitas ilegal yang menyimpang.

### **2.2.3. Teori Interaksionisme Simbolik**

Sesuai dengan namanya, Interaksionisme Simbolik berpusat pada hubungan antara simbol dan interaksi. Simbol didefinisikan sebagai jenis tanda yang bersifat arbiter dan konvensional sesuai dengan kesepakatan atau konvensi sejumlah orang atau masyarakat (Wibowo, 2013, h. 18). Secara umum, simbol juga dipahami sebagai tanda yang berfungsi untuk menggantikan objek atau gagasan tertentu. Dengan demikian, Interaksionisme Simbolik menjelaskan bahwa pertukaran berbagai lambang beserta maknanya menyebabkan komunikasi manusia terjadi (Budyatna & Ganiem, 2011, h. 192). Perilaku manusia dapat dipahami dengan mengamati bagaimana informasi simbolik, yang dipertukarkan dengan orang lain, diberi makna oleh individu.

Menurut West & Turner (2015, h. 85), interaksionisme simbolik menekankan bahwa seseorang bertindak dan bertingkah laku berdasarkan arti yang ditetapkan pada masyarakat, benda, dan peristiwa. Arti tersebut diciptakan dari komunikasi dengan orang lain (*interpersonal communication*) maupun diri sendiri (*intrapersonal communication*) melalui bahasa yang digunakan masyarakat. Individu melakukan konstruksi makna melalui proses komunikasi karena makna tidak mendasar pada apapun. Dengan demikian, individu perlu menciptakan makna. Menurut teori Interaksionisme Simbolik, tujuan dari sebuah interaksi adalah untuk menciptakan *shared meaning*. Hal ini yang menjadi ujung tombak karena tanpa *shared meaning* komunikasi akan menjadi sangat sulit, bahkan tidak mungkin terjadi.

Menurut LaRossa dan Reitzes (1993) dalam West & Turner (2015, h. 79-85), teori Interaksionisme Simbolik memiliki tujuh asumsi dasar yaitu sebagai berikut:

- a. Manusia bertindak terhadap orang lain berdasarkan makna yang dimiliki orang lain terhadap manusia tersebut.

Penelitian membuktikan bahwa seseorang menciptakan makna yang sama dan sebangun dengan tuntutan sosial yang membentuk dirinya. Sebagai contoh, seseorang berkebangsaan Amerika berada di ruang tunggu untuk panggilan wawancara. Ia melihat sekelilingnya dan mengetahui bahwa calon rekan kerja yang berada di ruangan tersebut lebih tua darinya. Dengan demikian, ia memercayai bahwa calon rekan kerja tersebut lebih berpengalaman karena bagi warga Amerika, umur identik dengan pengalaman.

Sehingga, seseorang tadi akan menghormati calon rekan kerjanya dan berbicara dengan sopan.

b. Makna terbentuk dalam interaksi antar pribadi.

Berdasarkan jurnal Dadi Ahmadi (2010, h.311), pada dasarnya manusia adalah makhluk relasional atau makhluk yang harus berinteraksi. Semua individu dalam masyarakat tidak dapat dipisahkan dari interaksi sosial. Manusia selalu melakukan interaksi. Sebuah makna dapat terbentuk ketika pelaku interaksi berbagi interpretasi umum atas simbol yang dipertukarkan dalam interaksi.

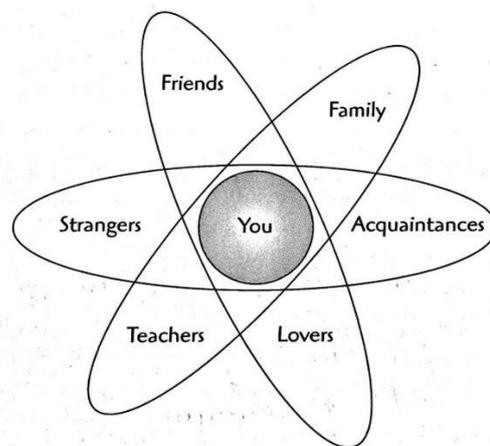
c. Makna dimodifikasi melalui proses yang interpretatif.

Proses interpretatif ini terdiri atas dua tahap. Pertama, komunikator menunjukkan beberapa hal yang memiliki makna. Pada tahap ini, seseorang melakukan komunikasi dengan diri sendiri. Contohnya, ketika seseorang melakukan persiapan sebelum berangkat kerja, ia mengingatkan diri sendiri akan hal-hal yang berarti baginya. Kedua, individu akan melakukan seleksi, pengecekan dan perubahan makna dalam konteks di mana ia menemukan dirinya sendiri. Misalnya, seseorang tadi berbicara dengan rekan kerjanya, mendengarkan pendapat atas aspek-aspek yang berarti baginya, maka dalam proses interpretasi, ia bergantung pada makna sosial yang diakui dan diterima secara kultural. Sehingga, mereka dapat membangun hubungan dengan mudah karena memiliki pandangan kultural yang sama.

- d. Individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain.

Konsep diri adalah persepsi stabil yang dimiliki seseorang mengenai dirinya sendiri. Tidak ada manusia yang dilahirkan dengan konsep diri. Diri manusia tidak berkembang secara naluriah, melainkan manusia mempelajari konsep diri melalui interaksi dengan orang-orang di sekitarnya. Menurut teori Interaksionisme Simbolik, seorang bayi tidak mengetahui siapa dirinya. Memasuki tahun pertama, anak mulai mampu membedakan diri dari lingkungannya. Ini merupakan tahap awal dari konsep diri. Proses pengembangan konsep diri berlanjut seiring anak mengenal bahasa, memiliki kemampuan untuk merespons orang lain dan menginternalisasi *feedback* yang diterimanya. Interaksi yang terjadi dengan orang-orang terdekat menyadarkan seseorang akan siapa dirinya.

Gambar 2.3  
Proses Pembentukan Konsep Diri



Sumber: West & Turner, 2015

- e. Konsep diri menyediakan alasan penting untuk berperilaku. Segala kepercayaan, nilai, perasaan, dan penilaian soal diri seseorang memengaruhi tingkah lakunya. Konsep diri mengarahkan dan mengendalikan tingkah laku, karena pada dasarnya diri seseorang dipandang sebagai sebuah proses bukan struktur. Dengan memiliki konsep diri, seseorang terdorong untuk membangun tindakan dan responsnya, daripada mengekspresikannya. Sebagai contoh, jika seseorang merasa dirinya pandai dalam kelas teori komunikasi, ia akan berusaha mendapatkan skor tinggi di kelas tersebut. Hal ini disebut juga sebagai *self-fulfilling prophecy*, yaitu ekspektasi terhadap diri sendiri yang menyebabkan seseorang bertingkah laku sedemikian rupa hingga ekspektasi tersebut tercapai.
- f. Masyarakat dan berbagai kelompok dipengaruhi oleh kebudayaan dan proses sosial. Kebudayaan memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap tingkah laku dan sikap seseorang. Sebagai contoh, ketika hendak menghadiri wawancara kerja, seseorang akan cenderung memilih menggunakan kemeja atau blus, celana panjang kain dan sepatu pantofel agar sesuai dengan konteks pekerjaan. Hal ini dilakukan untuk memenuhi standar kesopanan dan profesionalitas yang ditetapkan dalam masyarakat. Dengan demikian, individu mampu menciptakan impresi yang baik karena mengikuti norma yang berlaku di lingkungan setempat.

- g. Struktur sosial terbentuk melalui interaksi sosial.

Teori Interaksionisme Simbolik menentang bahwa struktur sosial bersifat permanen dan tidak dapat diubah. Sebaliknya, individu dapat memodifikasi situasi sosial. Contohnya, di Amerika Serikat banyak pegawai perusahaan yang menggunakan pakaian kasual daripada pakaian kantor pada umumnya. Sehingga, beberapa perusahaan di Amerika Serikat menetapkan adanya “*Casual Fridays*” dimana pegawai perusahaan diperkenankan menggunakan pakaian kasual tetapi hanya di hari Jumat. Dalam hal ini, partisipan dalam interaksi sosial memodifikasi strukturnya dan tidak sepenuhnya dibatasi oleh struktur sosial. Teori Interaksionisme Simbolik memandang bahwa manusia adalah pengambil keputusan.

Berdasarkan penjelasan George Herbert Mead dalam buku West & Turner (2015, h. 86), teori Interaksionisme Simbolik memiliki tiga elemen utama yaitu *Mind*, *Self*, dan *Society*.

#### A. *Mind*

*Mind* didefinisikan sebagai kemampuan menggunakan simbol yang memiliki makna sosial. Karena manusia memiliki kemampuan menggunakan simbol untuk merespon diri sendiri, berpikir adalah proses yang sangat mungkin terjadi (Mead dalam Littlejohn, 2009, h. 235). Berpikir adalah konsep pertama Mead, yang disebut sebagai pikiran (*mind*). Pikiran adalah sebuah proses bukan benda (Mead dalam Littlejohn, 2009, h. 235). Manusia mengembangkan pikirannya melalui interaksi dengan pihak lain. Seorang bayi tidak dapat

berinteraksi dengan orang lain hingga ia mempelajari bahasa atau simbol verbal maupun non verbal yang berperan dalam mengekspresikan pemikiran dan perasaan. Ketika orang tua berbicara dengan bayi, bayi mungkin merespons, tetapi tidak terlalu mengerti perkataan orang tuanya.

Seiring bayi mempelajari bahasa dan memahaminya, bayi dapat bertukar *significant symbol* dan mengantisipasi respons orang lain menggunakan simbol. *Significant symbol* adalah simbol yang maknanya telah disepakati oleh banyak orang. Dengan demikian, pemikiran bayi tersebut berkembang setelah melakukan banyak interaksi. *Mind* juga dapat diartikan sebagai cara manusia menginternalisasi masyarakat. *Mind* merefleksikan dan menciptakan dunia sosial. Ketika seseorang mempelajari bahasa, ia juga mempelajari norma sosial dan nilai kebudayaan. Seseorang tersebut juga mempelajari cara membentuk dan mengubah dunia sosial melalui interaksi. Ketika anak mulai belajar berbicara, ia akan mengatakan “tolong” dan “terima kasih” sebagai indikasi kesopanan dalam masyarakat.

Konsep *mind* sangat berkaitan erat dengan aspek *thought*, yaitu percakapan internal dengan diri sendiri (West & Turner, 2015, h. 86). Sebagai contoh, seseorang yang sedang menunggu wawancara kerja mengingat kembali semua pengalaman yang membawanya ke tempat dan waktu tersebut. Ia teringat pada dukungan yang diberikan keluarganya, guru favoritnya dan teman-temannya, lalu ia memotivasi diri sendiri bahwa akan menjadi sukses. Mead dalam buku Turner & West (2015, h. 86) menjelaskan bahwa tanpa stimulus sosial dan interaksi dengan orang lain, percakapan internal atau *thought* tidak akan terjadi.

Salah satu aktivitas manusia yang dilakukan menggunakan pikiran secara kognitif adalah pengambilan peran atau *role-taking*. *Role-taking* yaitu kemampuan untuk membayangkan dan menempatkan diri sebagai orang lain (Griffin, 2012, h. 58). Berpikir adalah percakapan mental yang dilakukan manusia dengan orang lain untuk mengetahui bagaimana mereka melihat seseorang tersebut dan bereaksi terhadap apa yang ia lakukan. Ketika seseorang melakukan *role-taking*, ia akan berpura-pura menjadi orang lain dan bertingkah laku sebagaimana orang tersebut akan bertindak. Dan, yang ia lihat ketika melakukan *role-taking* adalah dirinya sendiri.

Selain *role-taking*, manusia memiliki kemampuan lain yaitu memberi nama pada suatu objek (Griffin, 2012, h. 56). Sebuah objek di suatu lingkungan dapat dipahami melalui interaksi sosial (Little John, 2009, h. 121). Objek tersebut dapat menjadi apa saja, tergantung realitas seseorang yang melihat objek tersebut: sebuah barang, kejadian, kualitas atau situasi. Syarat mutlak agar sesuatu dapat menjadi objek yaitu seseorang harus memberikan nama dan menghadirkannya secara simbolis.

Seseorang bertindak terhadap sesuatu berdasarkan bagaimana mereka mengartikan sesuatu tersebut (Littlejohn, h. 231, 2009). Misalnya, ketika seseorang mulai menyukai sahabatnya sendiri. Tindakannya terhadap orang tersebut dapat berbeda, bergantung pada apakah ia melihatnya sebagai seseorang teman atau kekasih. Jika orang tersebut tidak memiliki perasaan yang sama, ia akan memperlakukannya sebagai teman sehingga ia akan menyebutnya sahabat. Sebaliknya, jika orang tersebut menanggapinya secara positif, hubungan mereka dapat berkembang lebih dari sekedar teman, sehingga ia menyebutnya kekasih.

Menurut Kuhn dalam buku Littlejohn (2009, h. 121), untuk menyampaikan maksud objek, dibutuhkan penamaan dan tentunya menggunakan bahasa. Sebab, makna tidak melekat pada objek secara permanen dan bukan suatu hal yang sudah ada sebelumnya. Makna dinegosiasikan dan dikembangkan melalui bahasa (Griffin, 2012, h. 56). Bahasa adalah sistem bersama mengenai simbol verbal dan non verbal (West & Turner, 2015, h. 86). Karena bahasa sangat bergantung pada *significant symbol* yang disepakati oleh banyak orang, berarti hal ini juga berkaitan dengan persepsi. Sebab, *significant symbol* terbentuk karena adanya kesamaan pemikiran atau pandangan sekelompok orang.

Persepsi tersebut yang pada akhirnya menciptakan makna dan memengaruhi tingkah laku seseorang. Menurut Devito (2016, h. 84-87), dalam proses pembentukan persepsi seseorang akan mempersepsikan suatu hal secara selektif (*selective perception*). *Selective perception* terdiri atas *selective attention* dan *selective exposure*. *Selective attention* adalah proses seleksi dimana seseorang memilih hal-hal yang dapat memenuhi kebutuhannya atau menyenangkan. Contohnya, ketika seseorang sedang melamun di kelas, ia tidak mendengarkan guru menjelaskan hingga namanya disebut.

Sementara, *selective exposure* merupakan penyeleksian dimana seseorang mengekspos diri pada sekelompok orang atau pesan yang sesuai dengan kepercayaan, memberikan kontribusi pada tujuannya dan terbukti memuaskan dalam beberapa cara. Contohnya, setelah seseorang membeli mobil, ia akan membaca dan mendengarkan iklan mobil tersebut karena semua pesan di dalamnya meyakinkan bahwa ia mengambil keputusan yang benar. Sebaliknya,

seseorang tadi akan cenderung mengabaikan iklan mobil yang sempat dipertimbangkan sebelum membeli karena dapat membuatnya menyesal.

Selain itu, seseorang juga akan merorganisir informasi yang telah diambil oleh panca indra. Terdapat tiga cara untuk mengorganisir persepsi yaitu melalui peraturan (*by rules*), schemata (*by schemata*) dan naskah (*by script*). Dalam pergorganisasian persepsi oleh peraturan, terdapat tiga jenis peraturan yaitu *proximity*, *similarity*, dan *contrast*. *Proximity* adalah kedekatan fisik. Hal-hal yang dekat satu sama lain akan dipersepsikan sebagai satu kesatuan. Dengan demikian, orang-orang yang sering bersama, atau mengucapkan pesan yang sama akan dianggap cocok satu sama lain.

*Similarity* artinya hal-hal yang menyerupai satu sama lain secara fisik akan dipersepsikan sebagai satu kesatuan. Misalnya, ketika melihat seseorang yang berpakaian dengan gaya yang sama, seseorang akan beranggapan bahwa mereka bekerja di tempat yang sama. *Contrast* adalah kebalikan dari *similarity*. Jika seseorang berbeda dari suatu kelompok, ia akan dianggap tidak cocok berada di tempat tersebut. Misalnya, ketika seseorang dari ekonomi kelas bawah menghadiri pesta mewah hanya menggunakan baju informal sedangkan tamu lain mengenakan baju pesta, ia akan dipersepsikan tidak pantas berada di sana.

#### *B. Self*

*Self* adalah kemampuan untuk merefleksikan diri dari perspektif orang lain. Diri seseorang tidak terbentuk hanya dari refleksi diri atau pemikiran seseorang terhadap dirinya sendiri tetapi juga, bagaimana orang lain memandang seseorang. Reflektivitas menjadi hakikat mengenai diri yaitu kesanggupan untuk

melihat diri sendiri sebagai objek, dengan cara bercermin (Budyatna & Ganiem, 2011, h. 190). Konsep *self* berkaitan erat dengan *looking-glass self* yaitu kemampuan seseorang untuk melihat diri sebagaimana orang lain melihat dirinya. Charles Horton Cooley mengungkapkan tiga prinsip terkait *looking-glass self* : (1) manusia membayangkan bagaimana mereka muncul di hadapan orang lain, (2) manusia membayangkan bagaimana penilaian orang lain terhadap mereka, (3) manusia merasa tersakiti atau bangga berdasarkan perasaan mereka terhadap diri mereka sendiri.

Manusia mempelajari diri mereka sendiri dari bagaimana orang lain memperlakukan, melihat dan memberikan label pada mereka. Label memiliki pengaruh yang kuat terhadap konsep diri dan tingkah laku seseorang. Kekuatan ini menunjukkan adanya tipe kedua dari *self-fulfilling prophecy* yaitu *pygmalion effect*. Jika *self-fulfilling prophecy* menjelaskan bahwa ekspektasi muncul dari diri sendiri, *pygmalion effect* justru menekankan bahwa individu bertingkah laku sedemikian rupa untuk memenuhi ekspektasi orang-orang sekitar terhadap dirinya. Lebih lanjut, George Herbert Mead mengungkapkan bahwa melalui bahasa, manusia dapat menjadi subjek dan objek untuk diri mereka sendiri. Sebagai subjek manusia bertindak. Sebagai objek, manusia mengamati dirinya sedang bertindak.

Dengan kata lain, “*I*” merupakan pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri. Jika subjek yang bertindak disebut sebagai “*I*”, objek yang mengamati diri disebut sebagai “*Me*”. Artinya, manusia dapat merespons dirinya sendiri sebagaimana mereka merespons orang lain (Mead, 1969, h. 79). Contohnya, ketika manusia kecewa terhadap dirinya sendiri, menolak bagian dari dirinya,

merasa bangga pada dirinya, berdebat dengan diri sendiri, berusaha mendukung kepercayaannya, mengatakan pada diri sendiri hal yang harus dan dilarang dilakukan, membuat tujuan untuk dirinya sendiri, kompromi dengan diri sendiri dan membuat rencana yang akan dilakukan.

“*I*” sangat spontan, impulsif, dan kreatif. Sedangkan, “*Me*” lebih reflektif dan sadar secara sosial. “*I*” mendorong setiap tindakan dan kemudian “*Me*” yang mengendalikan tindakan. Tindakan digerakkan oleh “*I*” sedangkan arah dan petunjuk diberikan oleh “*Me*”. “*Me*” merupakan gambaran diri dilihat dari perspektif orang lain (Griffin, 2012, h. 60). Hal ini biasanya terjadi ketika seseorang melakukan *role-taking*.

Karena kemampuan manusia melakukan *role-taking*, manusia dapat berdiri di luar tubuh mereka dan memandang diri sebagai objek. Anak kecil cenderung menyukai bermain peran seperti menjadi seorang dokter, polisi, perawat dan lainnya; berbicara dengan boneka atau mainan yang dianggap sebagai teman, dan senang berkelanjutan berpura-pura menjadi orang lain. Semakin manusia beranjak dewasa, mereka tetap memosisikan diri mereka sebagai orang lain dan bertindak seperti bagaimana orang tersebut akan bertindak, meskipun prosesnya tidak disengaja atau disadari.

Setiap individu dapat melihat dirinya sendiri sebagai pria atau wanita, pemuda atau lansia, orang kaya atau orang miskin, anak atau orang tua, ibu atau pekerja, sarjana atau atlet, seseorang yang menderita, tidak beruntung, dihormati, diperlakukan dengan buruk, berambisi dan sebagainya. Agar mampu menjadi

anak yang baik, ia dapat memposisikan diri sebagai ibunya untuk mengetahui apa yang diinginkan seorang ibu dari anaknya.

Ketika ia berusaha menjadi ibu yang baik, ia akan membayangkan menjadi anaknya untuk mengetahui apa yang dibutuhkan si anak darinya. Dengan demikian, individu memandang dirinya sebagai objek dan memperoleh kemampuan untuk bertindak terhadap dirinya sendiri. Individu dapat menunjuk dirinya sendiri sebagai sosok tertentu, melihat dirinya sendiri dalam konteks pemakaian yang diberikan, menyampaikan pesan dan mengatur aksi terhadap dirinya sendiri berdasarkan makna tersebut.

Menurut Devito (2016, h. 76), terdapat beberapa aspek fundamental dari *self* yaitu *self-concept*, *self-awareness*, dan *self-esteem*. *Self-concept* adalah bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri. Setiap orang merasa yakin terhadap pandangan dirinya. Ini disebut sebagai konsep diri. Namun, teori Interaksionisme Simbolik meyakini bahwa *self* adalah fungsi dari bahasa. Tanpa percakapan, tidak akan ada konsep diri (*self-concept*) (Griffin, 2012, h. 60). Lebih lanjut, Mead dalam buku Griffin (2012, h. 60) mengatakan bahwa,

*“Manusia tidak dilahirkan dengan konsep diri melainkan diri terbentuk dari interaksi dengan orang lain. Seseorang hanya dapat merasakan dirinya sendiri ketika berhubungan dengan orang lain. Jika tidak melakukan interaksi dengan orang lain, seseorang tidak dapat menjadi dirinya dan muncul sebagai manusia.”*

Dengan demikian, diri seseorang tidak berkembang secara naluriah, tetapi melalui proses sosial yang mana di dalamnya terdapat interaksi dengan orang lain (Budyatna & Ganiem, 2011, h. 190). Makna dan interpretasi dari bermacam-macam orang khususnya yang didapatkan sejak kecil diinternalisasi oleh individu.

Sementara, *self-awareness* adalah wawasan dan pengetahuan seseorang mengenai dirinya sendiri. Memahami *self-concept* dapat membantu seseorang meningkatkan *self-awareness*. Semakin seseorang mempelajari mengapa ia memandang dirinya demikian, semakin ia memahami siapa dirinya. Sedangkan, *self-esteem* adalah nilai yang diberikan seseorang pada dirinya sendiri. Individu akan mengukur seberapa berharga dirinya. Jika seseorang memiliki *self-esteem* yang rendah, ia cenderung memandang diri secara negatif dan sebaliknya.

### C. Society

Menurut George Herbert Mead, *society* adalah jaringan dari hubungan sosial yang diciptakan manusia (Griffin, 2012, h. 61). Individu terikat dalam masyarakat melalui tingkah laku yang mereka pilih secara sadar dan aktif. Masyarakat mengunci tingkah laku yang mana individu akan menyesuaikan dirinya. Masyarakat muncul sebelum individu tetapi juga diciptakan dan dibentuk oleh individu. Masyarakat juga dapat disebut sebagai kehidupan kelompok yang di dalamnya terdapat perilaku-perilaku anggota-anggotanya yang kooperatif (Littlejohn, 2009, h. 233).

Pada akhirnya, masyarakat terdiri atas individu. Lebih lanjut, Mead mengungkapkan bahwa ada dua bagian spesifik dari *society* yang memengaruhi *mind* dan *self*. Pertama, *particular others* yaitu individu yang dianggap penting oleh seseorang. Biasanya *particular others* merupakan anggota keluarga, teman, rekan kerja maupun supervisi kerja. Manusia cenderung melihat *particular others* untuk mendapatkan penerimaan sosial dan diri. Agar seseorang dapat bertahan dan berkembang dalam masyarakat, ia harus mencari tahu apa yang dilakukan

mereka, apa arti dari setiap tindakannya dan apa yang mereka harapkan darinya. Dengan demikian, pemaknaan seseorang atas suatu hal atau objek adalah hasil interaksi dengan orang lain.

Sementara itu, *generalized others* yaitu sudut pandang kelompok sosial atau kebudayaan secara menyeluruh. Pada dasarnya, *generalized others* dibangun dari harapan individu-individu lain secara garis besar. Masyarakat menetapkan sikap yang ditaati secara umum adalah sikap yang harus ditaati oleh individu. *Generalized others* juga memberikan arahan tentang bagaimana masyarakat akan merespons individu dan memiliki ekspektasi sosial. Sehingga, individu sebagai bagian dari masyarakat, akan termotivasi untuk memenuhi ekspektasi masyarakat atau sebagian besar orang agar diterima dan diakui keberadaannya.

Hal ini ditekankan oleh Mead dalam buku Griffin (2012, h. 61).

*“Dengan demikian, manusia mengacu pada generalized other setiap kali mereka berusaha mencari tahu bagaimana cara bertingkah laku atau mengevaluasi tingkah laku dalam suatu situasi sosial. Manusia menggunakan generalized other dan menetapkan makna pada diri sendiri dan tindakannya.”*

Pada dasarnya, dalam sebuah tindakan sosial terdapat hubungan dari tiga bagian antara lain gerak tubuh awal individu, respon orang lain terhadap gerak tubuh tersebut, dan sebuah hasil. Hasilnya yaitu arti tindakan tersebut bagi pelaku komunikasi. Makna terletak dalam hubungan ketiga hal tersebut, tidak hanya semata-mata dalam masing-masing hal. Misalnya, dalam kasus perampokan sebuah toko, seorang perampok memberi tahu korbannya apa yang ia inginkan

dengan menunjuk *cash drawer* kasir. Korban merespon perintahnya dengan mengeluarkan uang toko dan memberikan padanya. Alhasil, terjadi perampokan.

Mead dalam buku Littlejohn (2009, h. 233), menjelaskan gerakan tubuh sebagai *significant symbol*. Gerakan tubuh atau *gesture* mengarah pada setiap tindakan yang dapat mengandung makna. Meskipun identik dengan aspek verbal seperti bahasa, simbol juga dapat berupa gerakan tubuh non verbal. Gerakan tubuh menjadi nilai dari simbol yang penting ketika ada makna yang terbagi. Simbol-simbol yang signifikan menjadi alasan mengapa masyarakat ada.

Interaksi manusia yang terjadi dalam suatu institusi membangun insituisi itu sendiri. Sebagai contoh, di dalam suatu pengadilan terjadi interaksi antara hakim, pengacara, juri, juru tulis, saksi, pelapor dan orang lain yang berinteraksi menggunakan bahasa. Karena menggunakan bahasa, orang-orang di pengadilan menjadi paham atas situasi dan kondisi di tempat tersebut seperti apakah kasus berakhir damai atau tidak, siapakah yang ditetapkan sebagai tersangka, dan sebagainya. Pengadilan tidak akan memiliki makna jika orang-orang yang berada di sana tidak memahami apa yang terjadi. Oleh karena itu, lembaga tersebut disebut sebagai pengadilan karena merupakan tempat dimana seseorang diadili untuk menyelesaikan suatu kasus secara hukum.

*Join action* (tindakan bersama) antara dua atau lebih orang, seperti yang terjadi dalam perang, perdagangan, pernikahan atau kebaktian di gereja terdiri atas sebuah *interlinkage* (interhubungan) dari interaksi-interaksi kecil (Littlejohn, 2009, h. 231). Blumer dalam Littlejohn (2009, h.232) menjelaskan bahwa dalam masyarakat maju, pola-pola yang selalu berulang dan stabil yang bermakna tetap

dan umum bagi anggota mereka, merupakan komponen yang membentuk bagian terbesar dari tindakan kelompok. Bahkan, dalam pola kelompok yang repetitif, tidak ada yang abadi. Tindakan individu yang memulai setiap hal. Tindakan tersebut mendasari pilihan-pilihan manusia sebagai individu tidak peduli seberapa kuat tindakan suatu kelompok.

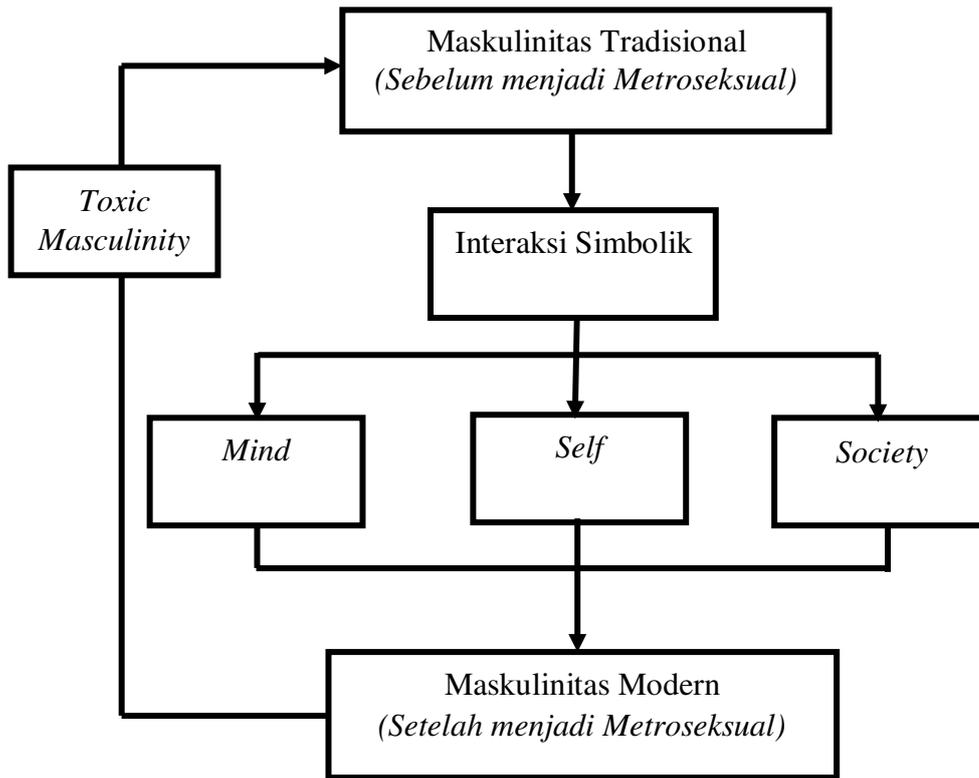
Menurut Mead (Littlejohn, 2009, h.233), interhubungan dapat diperluas, dihubungkan dan diserap melalui jaringan yang rumit:

*“Sebuah institusi atau jaringan tidak otomatis bekerja karena adanya beberapa dinamika pada bagian dalamnya atau persyaratan sistem: jaringan ini bekerja karena pada poin yang berbeda, manusia melakukan sesuatu. Apa yang dilakukan mereka adalah sebuah hasil dari bagaimana mereka menginterpretasikan situasi yang mendorong mereka untuk bertindak.”*

### 2.3. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.4

Kerangka Pemikiran dalam Penelitian



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2020