

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memiliki rambut keriting dan kribo untuk sebagian orang merupakan anugerah namun untuk sebagian orang merupakan ketidaksukaan karena cenderung tidak terlihat rapih. Menurut kamus besar bahasa Indonesia keriting memiliki definisi yaitu: *keriting/ke-ri-ting/n* ikal kecil-kecil (tentang rambut) (www.kbbi.web.id diakses pada Senin 12 Desember 2016 pukul 23.59 wib) dan untuk rambut kribo memiliki definisi: *kribo/kri-bo/a* keriting sekali dan kaku (www.kbbi.web.id diakses pada Senin 12 Desember 2016 pukul 23.59 wib).

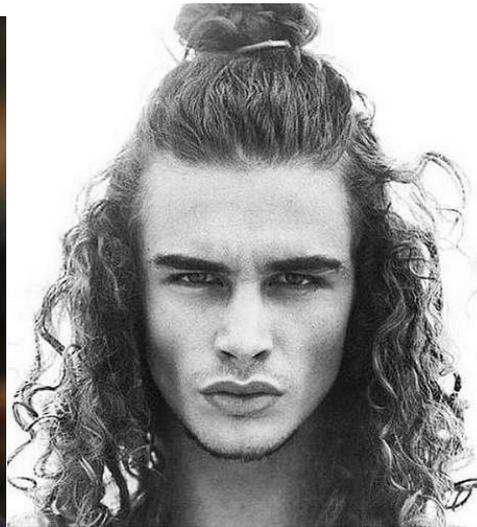
Gambar 1.1

Rambut Kribo



Gambar 1.2

Rambut Keriting



Sumber : Gambar Rambut Keriting (www.cdns.kling.com diakses pada Senin 10 Januari 2017 pukul 02.29 wib). Gambar Rambut Kribo (www.mingkem.com diakses pada Senin 10 Januari 2017 pukul 02.29 wib)

Perkembangan ini yang menyebabkan semakin menjamurnya tren meluruskan rambut dan perawatan rambut, tidak terkecuali mahasiswa pria berambut keriting dan kribo yang berkuliah di Telkom University. Bagi pria memiliki rambut yang rapi dan terlihat keren merupakan suatu keharusan. Rambut keriting dan kribo yang lebih sulit diatur, dibandingkan dengan rambut lurus membuat banyak pria tidak terkecuali mahasiswa yang memiliki rambut keriting

dan kribo melakukan perawatan rambut dimulai dari rutin berkeramas, memakai *conditioner*, menggunakan vitamin rambut, mencatok rambut, *creambath* rambut, bahkan tidak segan-segan datang ke salon untuk meluruskan rambut secara permanen atau membuat rambut lurus lebih lama. Ini merupakan hasil dari pra penelitian pertama yang dilakukan kepada 10 narasumber mahasiswa pria berambut keriting dan kribo di Telkom University (<https://docs.google.com/forms/viewform#responses> diakses sebanyak 3 kali pada hari Minggu 29 Januari 2017).

Perkembangan tren rambut di jaman modern ini menuntut tidak hanya kaum wanita saja yang harus terlihat keren dalam rambutnya, namun kaum pria pun pada jaman sekarang ini terlihat juga memperhatikan penampilan rambutnya. Apalagi pria yang memiliki rambut cenderung kriting atau malah kribo mencoba berbagai cara dalam menampilkan gaya rambutnya agar tidak ketinggalan jaman dengan yang lainnya.

Perkembangan jaman yang semakin maju membuat mahasiswa khususnya di Telkom University menjadi pria yang dengan melakukan berbagai macam cara. Salah satu cara yang diambil adalah mahasiswa pria berambut keriting dan kribo di Telkom University cenderung selalu melakukan perawatan rambut sehingga rambut yang dimilikinya terlihat teratur dan bagus.

Menurut Prasasti (2012: 5) awalnya kegiatan metroseksual hanya milik kalangan atas seperti selebriti yang harus tampil bagus di televisi, model, dan juga eksekutif muda yang memaksa mereka tampil sebaik mungkin agar terlihat *good looking*. Namun kini perilaku feminim yang mengarah ke metroseksual sudah merambah ke semua tingkat, elemen, dan lapisan masyarakat tak terkecuali mahasiswa.

Pada pertengahan tahun 90-an seorang penulis berkebangsaan Inggris memperkenalkan istilah metroseksual. Secara Terminologis, metroseksual terdiri dari dua kata 'metro' yang artinya kota yakni tren ini terpusat dan 'seksual' berkonotasi preferensi jenis kelamin, maksudnya pria yang lebih berani menonjolkan sisi feminin. Istilah tersebut merujuk kepada sosok pria *dandy* yang mencintai dirinya sendiri dan juga gaya hidup urbannya (dalam Kartajaya, 2006:289).

Apalagi untuk kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Medan, Surabaya, dan Makassar, tidak hanya mahasiswa Telkom University namun pria-pria yang berada di kota besar tersebut dengan bangga menunjukkan sikap memperhatikan tidak hanya baju yang dikenakan namun juga gaya rambut yang merupakan salah satu identitas pria tersebut.

Menurut Beynon (dalam Dematoto, 2010: 7) laki-laki metroseksual adalah semacam *socialite* (orang-orang yang senang gaul bergengsi). Mereka pada umumnya harus berpengetahuan luas dan mengagungkan fashion. Laki-laki metroseksual adalah orang-orang yang peduli dengan gaya hidup yang teratur, menyukai detail, dan cenderung perfeksionis.

Perubahan sosial menurut Prasasti (2012:6) terhadap gaya hidup dan perilaku seorang pria khususnya mahasiswa yang mencintai dirinya sendiri secara berlebihan telah menciptakan sebuah fenomena baru yang dianggap sebagai sebuah gaya hidup konsumerisme dan menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan.

Berdasarkan pra penelitian pertama dan kedua yang telah peneliti lakukan dilakukan pada bulan Oktober sampai bulan Desember terhadap 10 koresponden menunjukkan hasil bahwa rambut merupakan identitas seorang pria. Mereka tidak hanya menganggap rambut sebagai pajangan tapi merupakan mahkota yang harus dijaga. Sehingga jawaban yang paling mendominasi yaitu mereka melakukan perawatan rambut yang cukup bervariasi seperti *shampo*, vitamin rambut, *creambath* di salon, bahkan sampai ada yang meluruskan rambutnya secara permanen.

Gambar 1.3

Sampo dan *Conditioner*



Gambar 1.4

Vitamin Rambut



Gambar 1.5

Creambath Rambut



Sumber : Gambar *Shampo* dan *Conditoner* (www.tresemme.com diakses pada Minggu 29 Januari 2017 pukul 18.34 wib). Gambar Vitamin Rambut (www.ellipshaircare.com diakses pada Minggu 29 Januari 2017 pukul 18.27 wib). Gambar Pria Meng*creambath* Rambut di Salon (mozaic.co.id diakses pada Minggu 29 Januari 2017 pukul 18.18 wib).

Hal tersebut bertentangan dengan persepsi pria pada jaman 90an, dimana peneliti telah melakukan wawancara via telpon kepada narasumber dari generasi 90an yaitu menyatakan bahwa rata-rata hanya melakukan pemotongan rambut secara berkala, dan sesekali memakai minyak rambut agar terlihat bagus. Tidak ada perawatan yang berlebihan terhadap rambutnya.

Jaman yang modern ini berbagai macam alat kecantikan wanita (pelurus rambut atau catokan, dan pengering rambut) yang selayaknya digunakan dan dipakai oleh wanita kini sudah mulai digunakan oleh kaum pria. Ini merupakan suatu fenomena yang unik untuk dikaji dari berbagai sisi. Tidak hanya catokan saja namun mahasiswa pria ini juga menggunakan berbagai macam obat perawatan rambut yang biasanya digunakan oleh kaum wanita.

Sama halnya dengan wanita, rambut merupakan mahkota bagi pria maka dari itu pria juga merogoh kocek yang cukup besar dalam menata rambutnya. Seperti pra penelitian kedua yang peneliti lakukan bahwa “saya suka memakai produk yang bermerk karena saya yakin akan kualitas yang diberikan, saya berani merogoh kocek mahal namun masih batas wajar” Calvin (2016).

Seseorang dituntut untuk memiliki perawatan yang bagus karena itu mempermudah dirinya dalam berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi interpersonal membuat persepsi orang lain terhadap kita, maka untuk membentuk konsep diri seseorang yang baik diharuskan memiliki komunikasi yang baik pula.

Penilaian seseorang pertama kali dilihat dari penampilan orang tersebut baru bisa mendalami yang lainnya, karena biasanya orang yang terlihat rapih akan lebih dihargai dan dihormati oleh lawan bicaranya.

Komunikasi pada dasarnya dapat mendefinisikan sebuah hubungan interpersonal. Apabila dicermati, hubungan interpersonal bukan hubungan yang pasif, melainkan suatu aktivitas yang bertujuan. Setiap orang menjalin suatu hubungan bukan sekedar ingin membangun relasi atau hubungan saja. Watzlawick, Baevin dan Jackson menyebutkan bahwa “*every communication has a content and a relationship aspect such that the latter classifies the former and in therefore metacommunications*” (dalam Rakmat, 2008:119).

“Konsep diri memengaruhi perilaku komunikasi kita karena konsep diri memengaruhi kepada pesan apa yang bersedia membuka diri, bagaimana mempresepsi pesan itu, dan apa yang diingat,” tulis Anita Taylor *et al.* Dengan singkat, konsep diri menyebabkan terpaan seketif (*selective exposure*), presepsi selektif (*selective preception*), dan ingatan selektif (*selective attention*) (dalam Rakhmat, 2007:109) .

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita terhadap diri ini boleh bersifat psikologi, sosial, dan fisis untuk diperlihatkan kepada orang lain. William D. Brooks (dalam Rakmat, 2007:99) mendefinisikan konsep diri sebagai “*those physical, social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and our interaction with others*”. Ini dimaksudkan bahwa fisik, sosial, dan presepsi psikologi diri sendiri berasal dari pengalaman dan interaksi dengan orang lain. Ada dua komponen dalam konsep diri yaitu komponen kognitif dan komponen afektif. Dalam psikologi sosial, komponen kognitif disebut citra-diri (*self image*), dan komponen afektif disebut harga-diri (*self estern*). Keduanya menurut William D. Brooks dan Philip Emmert, berpengaruh besar pada pola komunikasi interpersonal. Jadi bukan hal yang luar biasa lagi jika pria mementingkan gaya rambutnya, agar tetap dibilang *stylist* dan mengikuti perkembangan tren yang ada.

Menurut Deddy Mulyana (2007: 13) konsep diri kita tidak pernah terisolasi, melainkan bergantung pada reaksi dan respons orang lain. Dalam masa

pembentukan konsep diri itu, kita sering mengujinya, baik secara sadar ataupun tidak sadar. Kesan yang orang lain miliki tentang diri kita dan cara mereka bereaksi terhadap kita sangat bergantung pada cara kita berkomunikasi dengan mereka, termasuk cara kita berbicara dan cara kita berpakaian. Proses umpan balik ini dapat berubah arah. Ketika kita melihat orang lain bereaksi terhadap kita dan kesan yang mereka miliki tentang kita, kita boleh mengubah cara kita berkomunikasi karena reaksi orang lain itu tidak sesuai dengan cara kita memandang diri kita. Jadi citra yang dimiliki tentang diri sendiri berkaitan dalam komunikasi.

Ditinjau dari pandangan sosiologi (dalam Effendy, 2008:195), sebagai insan penghuni kampus mahasiswa termasuk dalam pergaulan hidup yang oleh Ferdinand Tonnies disebut *Gesellschaft* atau menjalin kehidupan berbeda dari situasi kehidupan keluarga di rumah. Kehidupan kampus serba rasional, tak pribadi dan dinamis disebabkan keragaman suku, agama, norma hidup, gaya hidup dan pandangan hidup. Untuk itu, dunia mahasiswa adalah hal yang menarik untuk dikaji dan ditelaah.

Dunia mahasiswa yang di mana masa peralihan dari remaja kedewasa membuat saya tertarik untuk menelitinya, apalagi perubahan jaman yang mendorong orang untuk selalu berkembang mengikuti jaman yang berlangsung. Perubahan pola pikir, persepsi, dan konsep diri yang terjadi merupakan suatu fenomena yang perlu untuk dikaji, untuk penelitian mengenai hal ini sangatlah jarang. Peneliti akan memaparkan hasil penelitian ini, karena penelitian ini mungkin akan diperlukan untuk dimasa yang akan datang.

Penelitian seperti ini belum ada yang meneliti sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan. Mengingat peneliti tidak mengetahui apa konsep diri mahasiswa pria berambut keriting dan kribo di Telkom University, bagaimana kriteria metroseksualnya, dan bagaimana komunikasi interpersonalnya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas mengenai fenomena mahasiswa berambut keriting dan kribo pelaku perawatan rambut, dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana konsep diri yang ditunjukkan mahasiswa pria berambut keriting dan kribo?
2. Bagaimana kriteria metroseksual mahasiswa pria berambut keriting dan kribo?
3. Bagaimana komunikasi interpersonal yang ditunjukkan mahasiswa pria berambut keriting dan kribo terhadap lingkungan sekitarnya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui konsep diri yang ditunjukkan mahasiswa pria berambut keriting dan kribo.
2. Mengetahui kriteria metroseksual yang ditunjukkan mahasiswa pria berambut keriting dan kribo.
3. Mengetahui komunikasi interpersonal yang ditunjukkan mahasiswa pria berambut keriting dan kribo terhadap lingkungan sekitarnya.

1.4 Kegunaan Penelitian

(1). Kegunaan Teoritis

Secara Teoritis penelitian ini berguna untuk pengembangan ilmu komunikasi secara umum dan komunikasi pada mahasiswa pria bersifat feminin.

(2). Kegunaan Praktis

a. Untuk Peneliti

kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah memberikan pengetahuan dan pemahaman lebih mendalam tentang komunikasi yang dilakukan oleh mahasiswa pria berambut keriting dan kribo yang menjaga penampilan rambut serta bagaimana menyikapinya. Penelitian ini juga memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengaplikasikan beberapa teori komunikasi kedalam suatu fenomena sosial yang menarik untuk diteliti.

b. Untuk Akademisi

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa Telkom University secara umum, Program Studi Ilmu Komunikasi secara khusus sebagai literatur atau untuk sumber tambahan dalam memperoleh informasi bagi peneliti yang akan melaksanakan penelitian pada kajian yang sama.

c. Untuk Masyarakat

Kegunaan penelitian ini bagi masyarakat umum adalah untuk mengetahui tentang keberadaan pria berambut keriting dan kribo yang melakukan perawatan rambut di lingkungan pendidikan kampus di Kota Bandung.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

(1). Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan ditempat tinggal informan baik di kostan ataupun asrama, dan di kampus Telkom University.

(2). Waktu dan Periode Penelitian

Waktu penelitian dimulai pada agustus 2016 hingga Januari 2017.

Tabel 1.1
Waktu penelitian

Bulan	Agustus				Septembe r				Oktober				Novembe r				Desember				Januari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Minggu																								
Pra Penelitian																								
Penelitian Lapangan																								
Wawancara Informan																								
Pengumpulan dan Pengolahan Data																								
Menyusun Proposal																								

