

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Aktualisasi diri adalah keinginan untuk memperoleh kepuasan dengan dirinya sendiri (*self fulfilment*) untuk menyadari semua potensi dirinya, untuk menjadi apa saja yang dia dapat melakukannya, dan untuk mencapai puncak prestasi potensinya. Aktualisasi diri merupakan kebutuhan dan pencapai tertinggi seorang manusia (Maslow, 2018). Kebutuhan ini membuat manusia menyadari dirinya dan kompetensinya sehingga manusia dapat berjuang untuk menggapai sesuatu yang sesuai dengan dirinya (Krismona, dkk., 2022). Dengan mencapai aktualisasi diri, seorang individu akan cenderung menekankan pada keberhasilan yang dapat diberikan kepada dirinya sendiri maupun orang lain, serta berfokus pada pencapaian potensi penuh yang ada dalam dirinya. Tanpa aktualisasi diri seseorang akan kehilangan motivasi untuk mengembangkan dirinya sendiri dan tidak akan mampu memaksimalkan potensinya.

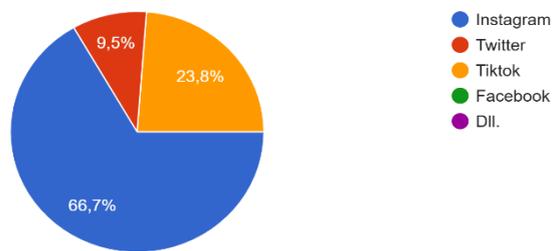
Sebagai mahasiswa jurusan mode, aktualisasi diri seharusnya terlihat dalam cara mereka membangun identitas dan citra diri yang mencerminkan keahlian serta minat mereka dalam dunia mode. Namun, banyak mahasiswa jurusan mode yang belum mengaktualisasikan dirinya secara optimal, baik dalam hal keterampilan, penampilan, maupun kompetensi. Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa masih kurang memperhatikan penampilan mereka, tidak mencerminkan karakter khas seorang mahasiswa jurusan mode, serta kurang memahami etika berbusana yang relevan dengan dunia pendidikan. Selain itu, masih banyak mahasiswa yang kurang percaya diri dalam menampilkan kreativitasnya dan memiliki jiwa kompetitif yang rendah. Untuk mencapai aktualisasi diri, individu perlu memiliki konsep diri yang baik. Semakin baik konsep diri seseorang maka semakin tinggi pula tingkat aktualisasi dirinya (Juliandi, 2017).

Konsep diri menurut Calhoun dan Acocella adalah gambaran mental seseorang atau cara pandang seseorang terhadap apa yang dimiliki tentang dirinya sendiri (Oktaviana, dkk., 2023). Konsep diri dapat berupa konsep diri positif dan konsep diri negatif. Setiap individu memiliki rentang respons masing-masing dari konsep diri yang ada pada dirinya. Rentang respons konsep diri yang adaptif adalah berupa aktualisasi diri, sedangkan respons maladaptifnya adalah depersonalisasi (Muhith, 2015). Aktualisasi diri terjadi ketika individu mampu memahami dan mengembangkan konsep diri positif, Konsep diri yang positif menjadi faktor utama dalam mendukung pengembangan diri dan pencapaian tujuan. Individu dengan konsep diri positif cenderung yakin terhadap kemampuan dirinya, merasa setara dengan orang lain, menerima pujian tanpa rasa malu, penerimaan terhadap perbedaan, dan mampu meningkatkan diri. Konsep diri yang positif memungkinkan mahasiswa untuk memperlihatkan keahlian, kelebihan dan keunikan karakter masing-masing setiap individu yang dapat menjadi identitas diri yaitu melalui *personal branding*.

Personal branding merupakan salah satu upaya seseorang dalam membangun citra diri di mata orang lain mengenai segala aspek yang melekat pada dirinya baik itu kepribadian, kemampuan maupun nilai-nilai yang dimiliki. Proses dasar pembentukan *personal branding* adalah dengan memiliki dan mengembangkan konsep diri positif yang dimiliki oleh individu. Dengan konsep diri yang positif, mahasiswa tata busana dapat membangun identitas visual, nilai, dan reputasi yang akan dikenali oleh masyarakat, memiliki peluang lebih besar untuk karier, dan dapat membangun jaringan profesional yang luas.

Seiring dengan perkembangan teknologi, media sosial telah berkembang menjadi sarana yang sangat efektif dalam membangun *personal branding* (Fitriani, 2024). Kemampuan seseorang untuk menampilkan keunikan, keterampilan, serta wawasan mereka semakin terbuka luas melalui berbagai platform media sosial.

Platform Media Sosial Apa yang paling sering anda gunakan?
21 jawaban



Gambar 1. 1 Hasil Survei Platform Media Sosial

Bedasarkan hasil pra-survei dapat dilihat pada gambar 1.1. dapat disimpulkan bahwa Instagram menjadi platform yang paling banyak digunakan oleh Mahasiswa Jurusan Mode. Instagram merupakan media sosial yang dapat mengunggah foto, video, dan juga terdapat *like* dan *followers* yang dapat mempengaruhi presentasi diri (Setiawan & Audie, 2020). Dengan adanya fitur-fitur yang dimiliki Instagram tersebut, maka dengan Instagram seseorang dapat melakukan *personal branding* (Afriluyanto, 2018). Semakin banyak masyarakat yang menggunakan Instagram, akan semakin banyak pula audiens yang mengamati *personal branding* yang dilakukan oleh pengguna Instagram tersebut. Namun, meskipun Instagram menawarkan potensi yang besar dalam membangun *personal branding*, tidak semua mahasiswa jurusan mode mampu memanfaatkannya secara optimal.

Bedasarkan hal tersebut, peneliti melakukan pra-survei kepada 21 mahasiswa melalui *Google Form* untuk mengetahui tantangan yang dihadapi mahasiswa dalam membentuk *personal branding* sesuai dengan identitas diri mereka. Hasil menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa mampu menampilkan diri mereka sesuai dengan identitas mereka sebagai Mahasiswa Jurusan Mode. Banyak dari mereka mengalami kesulitan mengekspresikan penampilan yang mencerminkan identitas mereka, baik karena kurangnya pemahaman tentang pentingnya *personal branding* maupun karena adanya

konsep diri negatif yang mencakup bagaimana mereka memandang, menilai, dan menerima identitas mereka sebagai Mahasiswa Jurusan Mode.

Oleh karena itu, peneliti tertarik membahas mengenai konsep diri dalam membangun *personal branding* di kalangan Mahasiswa Jurusan Mode dengan tujuan membantu mahasiswa memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang diri mereka sendiri dalam membangun *personal branding* di media sosial. Dengan memahami diri mereka dengan baik, mahasiswa dapat membangun *personal branding* yang lebih konsisten di media sosial. Peneliti fokus pada konsep diri sebagai elemen penting yang akan membentuk *personal branding* mahasiswa. Keberhasilan dalam *personal branding* dan pengembangan konsep diri dapat menjadi kunci untuk membuka peluang karier, karena dapat memperkenalkan seseorang sebagai individu yang memiliki identitas jelas dan profesional.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang sudah dijabarkan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa Jurusan Mode belum mengaktualisasikan dirinya secara maksimal.
2. Instagram menjadi platform yang paling banyak digunakan oleh Mahasiswa Jurusan Mode, tetapi tidak semua mampu memanfaatkannya secara optimal untuk membangun *personal branding*.
3. Kesulitan mahasiswa dalam membangun *personal branding* yang mencerminkan identitas sebagai Mahasiswa Jurusan Mode.

1.3 Pembatasan Masalah

1. Penelitian ini berfokus pada Mahasiswa Aktif S1 Pendidikan Tata Busana dan D4 Desain Mode, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2020 – 2022.
2. Berfokus pada mengetahui konsep diri mahasiswa dalam membangun *personal branding* di media sosial.

3. Konsep diri dalam penelitian ini diukur berdasarkan indikator karakteristik konsep diri dikemukakan oleh Teori Calhoun dan Acocella yaitu konsep diri positif dan negatif.
4. Media sosial dalam penelitian ini dibatasi pada penggunaan Instagram sebagai media sosial utama dalam membangun *personal branding* Mahasiswa Jurusan Mode.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, pertanyaan penelitian yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Bagaimana konsep diri mahasiswa dalam membangun *personal branding* di media sosial?”.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep diri Mahasiswa Jurusan Mode dalam membangun *personal branding* di media sosial.

1.6 Kegunaan Penelitian

Meskipun penelitian ini belum sempurna, tetapi peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi pembaca. Berdasarkan tujuan masalah diatas maka kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti sendiri adalah mendapatkan pengalaman dan pengetahuan dalam meneliti konsep diri dalam membangun *personal branding*.

2. Bagi Program Studi

Diharapkan penelitian ini dapat memastikan bahwa mahasiswa memiliki konsep diri yang baik, yang terlihat melalui *personal branding* mereka di media sosial, sehingga mendukung citra positif prodi serta dapat membantu program studi mengembangkan strategi pembelajaran yang mendukung

mahasiswa menonjolkan identitas khas program studi dalam membangun *personal branding*.

3. Bagi Mahasiswa

Melalui penelitian konsep diri, mahasiswa dapat mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang diri mereka sendiri. Hal ini membantu mahasiswa untuk membangun identitas yang kuat dan autentik di media sosial.



Intelligentia - Dignitas