BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

1.1.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari bahasa latin atau *communicatio* dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang di komunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2002: 9)

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya “Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik”. Atau terlalu luas , misalnya “Komunikasi adalah interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disamapaikan.

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang diungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Onong Uchana Effendy dalam buku “Ilmu Komunikasi teori dan Praktek”, ilmu komunikasi adalah “Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap” (Effendy, 2001: 10)

Hovland juga mengungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampaian informasi melainkan juga pembentukan pendapat umum (*Public Opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting.

Dalam pengertian khusus komunikasi, Hovland yang dikutip dari Onong Uchana Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" mengatakan bahwa komunikasi adalah

> "proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the procces to modify the behaviour of other individuals*) Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif." (Effendy, 2001: 10)

Menurut Willbur Schramn, seorang ahli ilmu komunikasi kenamaan dalam karyanya "*Communication Research In The United States*" menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*Frame of Reference*) yakni panduan pengalaaman dan pengertian (*collection of experience and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan.

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain. Dalam prosesnya Mitchall. N. Charmley memperkenalkan 5 (lima) komponen yang melandasi komunikasi yang dikutip dari buku Astrid P. Susanto yang berjudul "Komunikasi Dalam Praktek dan Teori", yaitu sebagai berikut:

- Sumber (*source*)

- Komunikator (*encoder*)
- Pertanyaan/pesan (*messege*)
- Komunikan (*decoder*)
- Tujuan (*destination*)[1]

Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas merupakan faktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli ilmu komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus. menurut Deddy Mulyana, Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) bagian yaitu:

1. Komunikasi verbal
   Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal
2. Komunikasi non verbal
   Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E Porter komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (Mulyana, 2000: 237)

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang ditemukan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *the sructure and function of communication in Society*. Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut *Who – Say What – In Which Channel – To whoam – With What Effect?*

[1]Webache.googleleusercontent.com/search?=cache:hP7A71vvs8J:lip4.bkkbn.go.id/file.php/1/moddata/forum/9/145/Desain_Komunikasi_Gender.pdf+susanto+mengutip+lima+kom+komponen+komunikasi&cd=1&hl=en&ct=clnk&ie=UTF-8client=ms-rim

Jadi menurut paradigma tersebut, Laswell mengartikan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator melalui media yang menimbulkan efek tertentu dibawah ini adalah penjelasannya:

Tabel 2.1

Model Laswell

No	pertanyaan	Jawaban
1.	Siapa (*who*)	Komunikator: orang yang menyampaikan pesan
2.	Mengatakan apa (*says what?)*	Pesan: pernyataan yang didukung oleh lambang
3.	Melalui saluran apa (*in which channel?*)	Media: sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
4.	Kepada siapa (*to whoam*?)	Komunikan: orang yang menerima pesan
5.	Dengan efek apa (*with what effect*)?	Efek: dampak sebagai pengaruh pesan

(sumber: effendy, 1993: 253)

2.1.2 **Unsur-Unsur Komunikasi**

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus di pahami, menurut Onong Uchana Effendy dalam bukunya yang berjudul Dinamika Komunikasi bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada tampak adanya sejumlah kommponen atau unsur yang di cakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut menurut Onong Uchana Effendy adalah sebagai berikut:

Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan.
Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang.
Komunikan : Orang yang menerima pesan.
Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila

komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy: 2002, 6)

2.1.3 Sifat Komunikasi

Onong Uchana Effendy dalam bukunya "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" menjelaskan bahwa komunikasi memiliki sifat-sifat. Adapun beberaapa sifat komunikasi tersebut yakni:

1. Tatap muka (face-to-face)
2. Bermedia (mediated)
3. Verbal (verbal)
   - Lisan
   - Tulisan
4. Non verbal (non-verbal)
   - Gerakan/isyarat badaniah (gestural)
   - Bergambar (picturial) (Effendy, 2002: 7)

Komunikator (pengirim pesan) dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (penerima pesan) dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman agar adanya umpan balik (*feedback*) dari si komunikan itu sendiri, dalam penyampaian pesan komunikator bisa secara langsung atau *face-to-face* tanpa menggunakan media apapun. Komunikator juga bisa menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan fungsi media tersebut sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non-verbal. Verbal dibagi menjadi dua macam yaitu lisan (oral) dan tulisan (*written/printed*) Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau istarat badaniah (*gesturial*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata, dan sebagainya ataupun menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasan.

2.1.4 **Tujuan Komunikasi**

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan bicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Onong Uchana Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek" mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu:

a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak
b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka inginkan arah kebarat tapi kita memberikan jakur ke timur.
c. Menggerakan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus di ingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti. Sebagai pejabat atau komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan. (Effendy. 1993: 18)

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Serta tujuan yang sama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

2.2 **Tinjauan Mengenai Interaksi Simbolik**

Interaksi simbolik berakar dan berfokus pada hakekat manusia yanng adalah mahluk relasional. Setiap individu pasti terlibat relasi dengan sesamanya. Tidaklah mengherankan apabila kemudian teori interaksi simbolik segera mengedepan apabila dibandingkan dengan teori lainnya. Alasannya ialah diri manusia muncul dalam dan melalui interaksi dengan yang diluar dirinya. Interaksi itu sendiri membutuhkan simbol-simbol tertentu. Simbol itu

biasanya disepakati dalam skala kecil maupun skala besar. Simbol misalnya, bahasa, penampilan, tulisan dan simbol lainnya yang dipakai bersifat dinamis dan unik.

Keunikan dan dinamika simbol dalam proses interaksi sosial menuntut manusia harus lebih kritis, peka, aktif dan kreatif dalam meng-interpretasiikan simbol-simbol yang muncul dalam interaksi sosial. Penafsiran yang tepat atas simbol tersebut turut menentukan arah perkembangan manusia dan lingkungan. Sebaliknya, penafsiran yang keliru atas simbol dapat menjadi petaka bagi hidup manusia dan lingkungannya.

interaksi simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia. Bagi perspektif ini, individu bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. (Mulyana, 2008: 3)

interaksi simbolik menolak bahwa individu adalah organisme pasif yang yang perilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur yang ada diluar dirinya. Oleh karena individu terus berubah maka masyarakat pun berubah melalui interaksi. Jadi interaksilah yang dianggap variabel penting yang menentukan perilaku manusia, bukan struktur masyarakat. Struktur itu sendiri tercipta dan berubah karena interaksi manusia, yakni ketika individu-individu berpikir dan bertindak secara stabil terhadap objek yang sama.

Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktifitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi dan pertukaran simbol yang diberi makna (Mulyana, 2008: 68)

Interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Interaksi simbolik ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra mitra interaksi mereka.

Menurut teoritisi interaksi simbolik yang di kutip dari buku Dr. Deddy Mulyana, M.A yang berjudul Metodelogi Penelitian Kualitatif adalah “Kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol. Mereka tertarik pada cara manusia menggunakan simbol-simbol yang mempresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya dan juga pengaruh yang ditimbulkan penafsiran atas simbol-simbol ini terhadap perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi sosial”

Secara ringkas interaksi simbolik dadasarkan pada premis-premis berikut:

1. Individu merespon suatu situasi simbolik. Mereka merespon lingkungan, termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Ketika mereka mengahadapi suatu situasi, respon mereka tidak bersifat mekanis. Tidak pula ditentukan oleh faktor-faktor eksternal. Respon mereka bergantung pada bagaimana mereka mendefinisikan situasi yang dihadapi dalam interaksi sosial. Jadi individulah yang dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri.
2. Makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya objek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran objek fisik, tindakan atau peristiwa itu), namun juga gagasan yang abstrak.
3. Makna yang di interpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial. Perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Manusia membayangkan atau merencanakan apa yang akan mereka lakukaan.
   (Mulyana, 2008: 71)

Keunikan dan dinamika simbol dalam proses interaksi sosial menuntut manusia harus lebih kritis, peka, aktif dan kreatif dalam menginterpretasikan simbol-simbol yang muncul dalam interaksi sosial, penafsiran yang tepat atas simbol tersebut turut menentukan arah perkembangan manusia dan lingkungan, sebaliknya, penafsiran yang keliru atas simbol dapat menjadi petaka bagi hidup manusia dan lingkungannya.

2.2.1 Perkembangan Teori Interaksi Simbolik

Awal perkembangan interaksi simbolik dapat dibedakan menjadi dua aliran yaitu aliran / mahzab chicago yang dipelopori oleh Herbert Blumer. Blumer meyakini bahwa studi manusia tidak bisa diselenggarakan didalam cara yang sama dari ketika studi tentang benda mati. Lebih lanjut, tradisi chicago melihat orang-orang sebagai kreatif, inovatif dalam situasi yang tidak bisa diramalkan.[2]

Masyarakat dan diri dipandang sebagai proses, yang bukan struktur untuk membekukan proses adalah untuk menghilangkan inti sari hubungan sosial.

Tradisi / mahzab yang kedua, aliran / mahzab lowa mengambil lebih dari satu pendekatan ilmiah. Manford Kuhn dan Carl Dipan, para pemimpinnya percaya konsep interaksionis itu dapat diterapkan. Kuhn beragumentasi bahwa metoda sasaran jadilah lebih penuh keberhasilan dibanding "yang lembut" metoda yang dipekerjakan oleh Blumer.[3]

Salah satu karya Kuhn adalah suatu teknik pengukuran yang terkenal dengan sebutan *Twenty Statement Test.*

a. Aliran Chicago

George Helbert pada umumnya dipandang sebagai sebagai pemula dari pergerakan dan pekerjaannya yang pasti membentuk mahzab Chicago. Blumer merupakan pemikir terkemuka, menemukan istilah interaksionisme simbolik. Blumer mengacu pada label ini sebagai suatu sedikit banyaknya pembentukan kata baru liar yang di dalam suatu jalan tanpa persiapan. Ketiga konsep dalam teori Blumer menangkap didalam jabatan pekerjaan terbaik yang dikenalnya adalah masyarakat diri dan pikiran.[4] Kategori ini adalah aspek yang berbeda menyangkut proses umum yang sama. Tindakan sosial adalah

[2] http://pangerankatak.blogspot.com/2008/12/interaksionisme-simbolik.html
[3] ibid
[4] http://pangerankatak.blogspot.com/2008/12/interaksionisme-simbolik.html

suatu bumbu konsep payung yang mana hampir semua psikologis lain dan proses sosial jatuh.

Diri mempunyai dua segi, masing-masing melayani suatu fungsi penting. Menjadi bagian dari yang menuruti kata hati, tak tersusun, tak diarahkan, tak dapat diramalkan.menurut Blumer, Objek terdiri dari tiga fisik yaitu tipe(barang), sosial (orang-orang), dan abstrak (gagasan). Orang-orang menggambarkan objek dengan cara yang berbeda tergantung bagaimana mereka membiarkan ke arah tersebut.

b. Aliran Iowa

Kuhn adalah pengembang dari teori interaksi simbolik sebelumnya. Kuhn memelihara dasar prinsip sebelumnya akan tetapi tidak mengambil langkah-langkah pada teori yang konservatif. Seperti yang digunakan oleh Blumer, individu ini memiliki empat kualitas. Pertama, mereka adalah adalah orang-orang untuk siapa individu secara emosiaonal dan secara psikologis dilakukan. Kedua, mereka menyediakan orang dengan kosakata umum, pusat konsep dan kategori. Ketiga, mereka menyediakan individu dengan pembedaan dasar antara orang lain dan diri pribadi. Keempat, orang lain melakukan komunikasi wawancara yang secara terus menerus menopang konsep diri dari individu itu.[5]

Yang terpenting menurut aliran ini, dibelakang konsep adalah bahwa individu ingin bertemu dunia melalui interaksi dengan orang lain yang sudah menyentuh seseorang dijalan yang penting.

Metoda Kuhn meliputi teori disekitar diri. *Self-conceptions*, rencana kegiatan individu ke arah diri, terdiri dari identitas seseorang, kebencian dan minat, tujuan, ideologi, dan evaluasi diri. *Self-conceptions* adalah sikap penjangkaran, karena mereka

[5] [5] http://pangerankatak.blogspot.com/2008/12/interaksionisme-simbolik.html

bertindak sebagai kerangka acuan seseorang yang paling umum untuk menghakimi objek lain.Kuhn mengenalkan suatu teknik yang dikenal sebagai *Twenty Statement Self-Attitudes* (TST) untuk mengukur berbagai aspek tentang diri.

Interaksi simbolik telah menyatukan studi bagaimana kelompok mengkoordinir tindakan mereka,bagaimana emosi dipahami dan dikendalikan, bagaimana kenyataan dibangun, bagaimana diri diciptakan, bagaimana struktur sosial besar mendapatkan dan dibentuk dan bagaimana publik dapat dipengaruhi.

Jadi pada dasarnya interaksi simbolik berakar dan berfokus pada hakikat manusia yang adalah mahluk relasional. Setiap manusia pasti terlibat relasi dengan sesamanya.

2.3 Tinjauan Tentang Konsep Diri

2.3.1 Pengertian Konsep Diri

konsep diri merupakan gambaran yang bersifat individu dan sangat pribadi, dinamis dan evaluatif yang masing-masing orang mengeembangkannya didalam transaksi-transaksinya dengan lingkungan kejiwaannya dan yang dia bawa-bawa didalam perjalanan hidupnya. Konsep diri adalah suatu gambaran campuran dari apa yang kita pikirkan, pendapat orang mengenai diri kita dan seperti apa diri kita inginkan.[6]

secara umum disepakati konsep diri belum ada sejak lahir, konsep diri dipelajari melalui kontak sosial dan pengalaman berhubungan dengan orang lain. Pandangan individu tentang dirinya dipengaruhi oleh bagaimana individu mengartikan pandangan orang lain terhadap dirinya. Konsep diri merupakan konsep dasar dan aspek kritikal dari individu.

[6] http://www.scribd.com/mobile/documents/26777441

individu dengan konsep diri yang positif dapat berfungsi lebih efektif yang terlihat dari kemampuan interpersonal, kemampuan intelektual dan penguasaan lingkungan. Konsep diri yang negatif dapat dilihat dari hubungan individu dan sosial yang maladaptive [7]

tingkah laku tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman-pengalamman masa lalu dan saat ini tetapi oleh makna-makna pribadi yang masing-masing individu pada persepsinya mengenai pengalaman tersebut. Dunia individu yang sangat berarti ini yang dengan kuatnya mempengaruhi tingkah laku.

Tingkah laku seseorang merupakan hasil bagaimana dia mengamati situasi dan dirinya sendiri. Konsep diri merupakan sebuah organisasi yang yang stabil dan berkarakter yang disusun dari persepsi-persepsi yang tampaknya bagi individu yang bersangkutan.

William D. Brooks di dalam buku Drs. Jalaludin Rakhmat yang berjudul "Psikologi Komunikasi" mendefinisikan konsep diri sebagai "*those physical, social, and psychologicalperceptions of ourselve that we have derived from experiences and our interaction with other*" (Rakhmat, 2009: 99)

Jadi konsep diri adalah pandangan dan perasaan tentang diri kita. Persepsi tentanng diri ini boleh bersifat psikologi, sosial dam fisis.

2.3.2 **Komponen Konsep Diri**

Konsep diri memiliki lima komponen yaitu:

- Gambaran diri (body image)
- Ideal diri

[7] http://www.scribd.com/mobile/documents/26777441

- Harga diri
- Peran dan identitas diri[8]

2.3.2.1 **Gambaran diri**

Gambaran diri adalah sikap seseorang terhadap tubuhnya secara sadar dan tidak sadar. Sikap ini mencakup persepsi dan perasaaan tentang ukuran dan bentuk, fungsi, penampilan dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu. Gambaran diri berhubungan erat dengan kepribadian. Cara individu memandang diri mempunyai dampak yang penting pada aspek psikologisnya.

Pandangan diri yang realistik terhadap diri, menerima dan menyukai bagian tubuh akan memberi rasa aman sehingga terhindar dari rasa cemas dan meningkatkan harga diri. Individu yang yang stabil, realistic dan konsisteen terhadap gambaran dirinyaakan memperlihatkan kemampuan mantap terhadap realisasi yang akan memacu sukses didalam kehidupannya.

2.3.2.2 **Ideal Diri**

Ideal diri adalah persepsi individu tentang bagaimana ia harus berperilaku sesuai dengan standar pribadi (Stuart & Sundeen, 375: 1991).[9] Standar dapat berhubungan dengan tipe orang yang diinginkannya atau sejumlah aspirasi, cita-cita, nilai yang ingin dicapai.

Ideal diri hendaknya ditetapkan tidak terlalu tinggi tapi masih lebih tinggi dari kemampuan agar tetap menjadi pendorong dan masih dapat dicapai. Ideal diri

[8] http://www.scribd.com/mobile/documents/26777441
[9] http://www.scribd.com/mobile/documents/26777441

masing-masing individu perlu ditetapkan, apa yang ingin di capai/cita-citakan baik ditinjau dari pribadi maupun masyarakat.

2.3.2.3 **Harga Diri**

Harga diri adalah penilaian pribadi terhadap hasil yang dicapai dengan menganalisa seberapa jauh perilaku mengetahui ideal diri (Stuard & Sundeen, 376: 1991). Frekuaensi pencapaian tujuan akan menghasilkan harga diri jika individu selalu sukses maka cenderung harga diri akan tinggi, jika individu sering gagal maka cenderung harga diri akan rendah.

Harga diri diperoleh dari diri sendiri dan orang lain. Aspek utama adalah dicintai dan menerima penghargaan dari orang lain. Sebagai mahluk sosial sikap negatif harus dikontrol sehingga setiap orang yang bertemu dengan diri kita dengan sikap yang positif merasa dirinya berharga. Harga diri akan rendah apabila kehilangan rasa kasih sayang dan penghargaan dari orang lain.

2.3.2.4 **Peran**

Peran adalah pola sikap, perilaku, nilai dan tujuan yang diharapkan dari seseorang berdasarkan posisinya dimasyarakat[10]

Harga diri yang tinggi merupakan hasil dari peran yang memenuhi kebutuhan dan cocok dengan ideeal diri. Posisi atau status di masyarakat dapat merupakan *stressor* terhadap peran. Stres peran terdiri dari konflik peran, peran yang tidak jelas, peran yang tidak sesuai dan peran yang terlalu banyak. Banyak faktor

[10] http://www.scribd.com/mobile/documents/26777441

yang mempengaruhi dalam menyesuaikan diri dengan peran yang dilakukan yaitu kejelasan perilaku dan pengetahuan yang sesuai dengan peran, konsistensi respon orrang yang berarti terhadap peran yang dilakukan, kesesuaian dan keseimbangan antar peran yang diemban, keselarasan budaya dan harapan individu terhadap perilaku peran dan pemisahan situasi yang akan menciptakan ketidak sesuaian perilaku peran.

2.3.2.5 **Identitas Diri**

Identitas diri adalah kesadaran akan diri sendiri yang bersumber dari observasi dan penilaian, yang merupakan sintesa dari semua aspek konsep dirisebagai suatu kesatuan utuh (Stuard & Sundeen, 378 : 1991)[11]

Seseorang yang mempunyai perasaan identitas diri yang kuat maka akan memandang dirinya berbeda dengan orang lain, unik dan tidak ada duanya. Individu yang memiliki identitas diri yang kuat akan memandang dirinya sebagai suatu kesatuan yang utuh dan terpisah dari orang lain dan individu tersebut akan mempertahankan identitasnya walau dalam kondisi sesulit apapun.

2.3.3 **Konsep Diri Berdasarkan Kebutuhan**

Menurut Abraham Masllow masing-masing individu memiliki lima kebutuhan dasar manusia, yang disususn sesuai dengan hirarkinya dari yang potensial samapai yanga paling tidak potensial:

1. Kebutuhan-kebutuhan fisiologis, seperti lapar dan haus
2. Kebutuhan-kebutuhan terhadap rasa aman

[11] http://www.scribd.com/mobile/documents/26777441

3. Kebutuhan-kebutuhan akan kasih sayang

4. Kebutuhan penghargaan terhadap diri

5. Kebutuhan aktualisasi diri[12]

Kebutuhan aktualisasi diri mengakibatkan suatu usaha untuk mengembangkan kapasitas-kapasitas seseorang, pemahaman diri dan penerimaan diri yang terus diilakukan dan ditanamkan pada ‘sifat dalam’ diri seseorang.

2.3.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsep Diri

- Orang Lain

Gabriel Marcell, filsuf eksistensialis dari dalam buku Drs. Jalaludin Rakhmat yang Berjudul psikologi komunikasi menulis tentang peranan orang lain dalam memahami diri kita, “*The fact is that the we can understand ourselve by starting from the other, or from others, and only by starting from them*” kita mengenal diri kita dengan mengenal diri orang lain terlebih dahulu. Bagaimana anda menilai saya akan membentuk konsep diri saya. (Rakhmat, 2009: 101)

- Kelompok Rujukan

Setiap kelompok mempunyai norma-norma tertentu. Ads kelompok yang secara emosional mengikat kita dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri seseorang, ini disebut dengan kelompok rujukan. Dengan melihat kelompok ini, orang mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompoknya.

[12] http://www.scribd.com/mobile/documents/26777441

Orang yang memiliki konsep diri positif ditandai dengan lima hal yaitu:

1. Ia yakin akan kemampuannya mengatasi masalah
2. Ia merasa setara dengan orang lain.
3. Ia menerima pujian tanpa rasa malu.
4. Ia menyadari, bahwa setiap orang memiliki berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui masyarakat.
5. Ia mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenangi dan berusaha sebaliknya
   (Rakhmat, 2009: 105)

Dan ada empat tanda orang yang memiliki konsep diri negatif yaitu:

1. Ia peka terhadap kritik. Orang ini sangat tidak terima dengan kritikan yang diterimanya.
2. Responsitif sekali terhadap pujian. Berpura-pura menghindari pujian, ia tidak dapat menyembunyikan atusiasmenya pada waktu menerima pujian.
3. Cenderung merasa tidak disenangi olleh orang lain.
4. Bersikap pesimis terhadap kompetisi seperti terungkap dalam keengganannya untuk bersaing dengan orang lain dalam membuat prestasi
   (Rakhmat, 2009: 105)

konsep diri merupakan dasar dari perilaku seseorang, oleh karena itu konsep diri memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan dari individu. Dengan adanya konsep diri yang positif maka individu akan dapat melihat kelebihan dan kelemahan dirinya, mempunyai harga diri yang sesuai serta memiliki identitas diri yang jelas sehingga individu akan peka terhadap dirinya dan lingkungan sekitarnya. Tingkah laku tidak dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman masa lalu dan saat ini, tetapi makna-makna pribadi pada masing-masing individu ikut mempengaruhi.

Makna pribadi bisa diartikan sifat-sifat yang dimiliki individu, dimana sifat pribadi ini merupakan salah satu faktor yang diturunkan. Salah satu faktor yang mempengaruhi konsep diri seseorang adalah lingkungan. Penghargaan lingkungan akan sangat berpengaruh terhadap konsep diri individu, karena individu akan merasa dihargai, dipertimbangkan dan

dibutuhkan keberadaannya. Bentuk konkret dari penghargaan lingkungan terhadap diri yaitu dengan diberikannya status.

2.4 Tinjauan Mengenai Kepribadian

Kata kepribadian sesungguhnya berasal dari kata latin: persona. Pada awalnya persona ini menunjuk pada topeng yang biasa digunakan oleh pemain sandiwara ditaman romawi dalam memainkan perannya. Lambat laun kata persona berubah menjadi satu istilah yang mengacu pada gambaran sosial tertentu yang diterima oleh individu dari kelompok masyarakat individu, kemudian individu tersebut diharapkan bertingkah laku berdasarkanatau sesuai dengan gambaran sosial yang diterimanya.

Kepribadian adalah keseluruhan karakteristik dan penampilan anda yang membedakan anda dari orang lain, pakaian yang anda kenakan, garis wajah, nada suara, pemikiran-pemikiran, karakter yang telah dikembangkan dengan pemikiran-pemikiran tersebut, semuanya akan membentuk kepribadian (Hill, 2010: 3)

Bagian terpenting dari kepribadian adalah apa yang diwakili oleh karakter seseorang, dan oleh karenanya merupakan bagian yang tidak kelihatan. Gaya pakaian serta kepantasannya merupakan bagian yang sangat penting dari kepribadian, sebab memang benar adanya bahwa kesan pertama seseorang apabila melihat orang lain dari penampilan lahiriah.

Cara berjabat tangan membentuk bagian terpenting dari kepribadian dan sangat berperan dalam menarik atau justru menjauhkan mereka dengan siapa seseorang berjabat tangan.

Ekspresi mata juga membentuk bagian penting dalam kepribadian. Sebab ada orang dan jumlahnya lebih banyak daripada yang bisa dibayangkan, yang dapat menatap atau melihat hingga dapat menembus ke lubuk hatidan melihat apa yang tertulis di dalam pandangan tersebut tentang pemikiran-pemikaran yang paling rahasia.

Karena tiap-tiap kepribadian unik, maka sukar sekali dibuat gambaran yang umum tentang kepribadian. Yang dapat dilakukan adalah mencoba mengenal seseorang dengan mengetahui struktur kepribadiannya. Struktur kepribadian ini dapat diketahui melalui pemeriksaan terhadap sejarah hidup, cita-cita dan persoalan-persoalan yang dihadapi seseorang.

2.4.1 Pembentukan Kepribadian

Mengenai pengalaman-pengalaman yang ikut membentuk kepribadian dapat dibedakan dalam dua golongan:

1. Pengalaman yang umum

   Yaitu pengalaman yang dialami oleh tiap-tiap individu dalam kebudayaan tertentu. Pengalaman ini erat hubungannya dengan fungsi dan peranan seseorang dalam masyarakat. Kepribadian seseorang tidak dapat sepenuhnya bisa diramalkan atau dikenali hanya berdasarkan struktur kebudayaan dimana orang itu hidup hal ini disebabkan karena pengaruh kebudayaan terhadap seseorang tidaklah sama karena medianya (orang tua, saudara, media massa dan lain-lain) tidaklah sama pula pada setiap orang. Setiap orang tua atau media massa mempunyai pandangan dan pendapatnya sendiri sehingga orang-

orang yang menerima pandangan dan pendapat yang berbeda-beda itu akan berbeda-beda pula pendiriannya.

2. Tiap individu mempunyai pengalaman-pengalaman yang khusus

   Pengalaman yang khusus yaitu, yang khusus dialami individu sendiri. Pengalaman ini tidak tergantung pada status dan peranan orang yang bersangkutan dalam masyarakat.[13]

Pengalaman-pengalaman yang umum maupun khusus di atas memberi pengaruh yang berbeda-beda pada setisp individu. Individu itu pun merencanakan pengalaman-pengalaman tersebut secara berbeda-beda pula sampai pada akhirnya ia membentuk dalam dirinya suatu struktur kepribadian yang tetap (permanen)[14]

Proses integrasi pengalaman-pengalaman kedalam kepribadian yang makin lama makin dewasa, disebut proses pembentukan identitas diri. Proses pembentukan identitas diri harus melalui beberapa tahap salah satu tahap yang harus dilalui adalah identifikasi, yaitu dorongan untuk menjadi identik atau sama dengan orang lain.

Pada masa remaja proses identifikasi ini akan memunculkan kebingungan dan kekaburan akan peran sosial, karena remaja-remaja cenderung mengidentifikasikan dirinya dengan berbagai tokoh sekaligus. Contohnya, dengan ayahnya, public figure dan sebagainya. Kalau kekaburan ini tidak segera ditangani maka dapat mengakibatkan gangguan kejiwaan pada masa dewasanya.

[13] http://www.slideshare.net/bocahbancar/psikologi-kepribadian
[14] http://www.slideshare.net/bocahbancar/psikologi-kepribadian

2.4.2 10 Aspek Kepribadian

Kepribadian bisa dilihat dari berbagai aspek, menurut Melania H di dalam buku Rismawaty berjudul “Kepribadian dan Etika Profesi” ada 10 aspek kepribadian yang bisa dijadikan sebagai standar untuk mengetahui dan mengembangkan kepribadian seseorang diantaranya:

1. Sikap/sifat individu
   - Mau mawas diri
   - Gunakan imajinasi untuk mengatasi kebiasaan dan kecenderungan yang tidak diinginkan
   - Citra diri dalam genggaman
2. Pengetahuan
   - Wawasan luas
   - Memiliki keinginan untuk belajar/membaca
   - Tidak puas mengerti persoalan secara dangkal
   - Cari informasi dari ensiklopedi, perpustakaan, museum
   - Hadiri forum seminar dan sebagainya
3. Keterampilan
   - Menguasai keterampilan harian bersifat maskulin/feminin
   - Keterampilan profesional
     a. Keterampilan berbicara
     b. Jangan bersungut, ngedumel, komat-kamit, Tatawicara
     c. Gunakan kata yang tepat
4. Kecerdasan
   - Kecerdasan tidak tergantung pada tinggi rendahnya pendidikan
   - Secara mental semua orrang ingin membebaskan diri dari keharusan berpikir. Cambuk diri. Kita harus dapat bersikap tegas terhadap pemikiran kita tiap jam, tiap hari
   - Gunakan sistem sendiri waktu belajar
5. Kesehatan
   - Makan/tidur cukap dan olahraga
   - Pikiran tenang. Mekanisme tubuh yang pelik akan berfungsi mulus dalam pikiran senang. Menikmati kesehatan emosional.
   - Kesibukan/hobby
6. Penampilan
   - Busana baik, bersih, rapi dan serasi tidak overdresssed
   - Bersikap wajar, tidak over acting, feminin/maskulin
   - Ekspresi mengundang persahabatan
   - *Eye contact* mantap
7. Sikap terhadap orang lain
   - Mengakui bahwa martabat manusia sama
   - Tenggang rasa, menghargai orang lain, tidak mementingakan diri sendiri

- Sikap negatif yang harus dihindari, meremehkan/melanggar hak orang lain
- Bersedia memberi pujian dan menegur serta minta maaf
- Dapat dipercaya/toleransi

8. Pengendalian diri/emosi
   - Tidak cepat terpengaruh
   - Menyingkirkan prasangka, kecurigaan, ketakutan, pesimisme, rendah diri, iri hati. Llakukan sesuatu untuk mengatasinya.
   - Pengendalian fisik/psikis
9. Nilai/keyakinan
   - menentukan arah hidup, cita-cita. Hal ini akan mendorong keluar dari kelesuan
   - memiliki keberanian secara fisik/psikis
   - tidak takut menyongsong hari depan
10. Peranan/ Kedudukan
    - Makin banyak peran, makin tinggi kedudukan, makin diperhatikan, dielukan
    - Berusaha secara sehat memperoleh peranan dan kedudukan
    - Formal/nonformal

    (Rismawaty, 2008: 5)

2.4.3 Kepribadian dalam dan Kepribadian Luar

Kepribadian adalah pengembangan diri yang berakar pada sifat-sifat pribadi yang dipunyai manusia sejak dilahirkan. Pengembangan kepribadian dalam sangat dipengaruhi oleh bagaimana dia di asuh dan dibesarkan, oleh pendidikan dan pergaulan dan sebagainya.

Kepribadian dalam yang berakar sifat-sifat positif manusia, yang harus dikembangkan oleh seseorang sehingga menjadi faktor pendukung dalam pengembangan diri menuju profesionalisme antara lain:

1. *Honesty* (Kejujuran), baik dalam mental (pikiran), waktuu, uang, pendapat dan lain lain
2. *Discresy* (kerahasiaan), kemampuan menjaga rahasia pribadi atasan, rahasia perusahaan, maupun rekan-rekan yang dipercayakan kepada anda
3. *Reliability* (kehandalan), mampu melaksanakaan tugas yang dipercayakan kepadanya dalam kondisi dan situasi apapun.
4. *Alertnes* (kesigapan), selalu dalam keadaan sigap melaksanakan tugas apapun yang dipercayakan kepada anda

5. *Sensibility* (penalaran), mempunyai penalaran atau akal sehat (common sense) yang akan menuntunnya dalam menentukan sikap atau membuat keputusan
6. *Tactufulnes* (tenggang rasa), mempunyai kepekaan untuk menenggang perasaan orang lain sehingga dapat bekerjasama dengan rekan-rekan atau relasi
7. *Tidines* (kerapihan), rapi dalam segala hal, baik yang menyangkut sarana fisik maupun perbuatan
8. *Adaptibility* (penyesuaian diri), mampu menyesuaikan diri dengan atasan, lingkungan maupun situasi dan kondisi apapun.
9. *Poised* (ketenangan), mampu menahan diri dan tidak mudah panik dalam keadaan darurat sekalipun
10. *Courtesy* (kesopan santunan), selalu sopan santun didalam pergaulan, tidak membeda-bedakan perlakuan terhadap orang dengan siapa ia berinteraksi.
    (Rismawaty, 2008: 5)

Kepribadian Luar seseorang juga tidak kalah pentingnya dengan keppribadian dalam, karena hal itulah yang pertama kali terlihat orang lain sehingga akan menimbulkan kesan atau persepsi tertentu

Dibawah ini adalah hal-hal yang perlu mendapat perhatian dalam upaya pengembangan pribadi:

a. Kesehatan
b. Wirraga
c. Tata busana dan tata rias
   (Rismawaty, 2008: 18)

2.4.4 Komponen Tempramental

Sheldom membagi tempramental kedalam 3 komponen yaitu:

1. *Visceretonia*

Individu yang memiliki tingkat visceretonia yang tinggi memiliki sifat-sifat antara laian suka makan enak, pengejar kenikmatan, senang toleran, lamban, santai, pandai bergaul

2. *Somatotonia*

Individu dengan somatotonia yang tinggi memiliki sifat-sifat yang seperti berpetualang dan berani mengambil resiko yang tinggi, membutuhkan aktivitas fisik yang menantang, agresif, kurang peka dengan perasaan orang lain, cenderung menguasai dan membuat gaduh.

3. *Cerebretotonia*

Pribadi yang mempunyai cerebretonia yang tinggi dikatakan bersifat tertutup dan senang menyendiri, idak menyukai kerammaian dan takut kepada orang lain serta memiliki kesadaran diri yang tinggi. Bila sedang dirundung masalah, ia memiliki reaksi yang cepat tidur atau susah tidur.[15]

2.4.5 Tipe-Tipe Kepribadian

Pada dasarnya tiap orang memiliki kepribadian yang berbeda satu sama lain. Hippocrates dan Galaneus yang mengemukakan bahwa manusia dibedakan menjadi 4 golongan menurut keadaan zat cair yang ada dalam tubuhnya:

1. *Melancholicus* (melankolisis)

   Yaitu orang-orang yang banyak empedu hitamnya, sehingga orang-orang ini selalu bersikap murung dan muram, pesimis dan selalu menaruh rasa curiga.

2. *Sanguinicus* (sanguinisi)

   Yakni orang-orang yang banyak ddarahnya, sehingga orang tipe seperti ini selalu menunjukan wajahnya yang berseri-seri, periang, selalu gembira dan optimis.

3. *Flegmaticus*

[15] http://www.slideshare.net/bocahbancar/psikologi-kepribadian

Yaitu orang-orang yang banyak lendirnya. Orang-orang seperti ini sifatnya pemalas dan lamban, wajahnya selalu pucat, pesimis, pembawaannya tenang, pendiriannya tidak mudah berubah.

4. *Cholericus*

   Yakni yang banyak empedu kuningnya. Orang dengan tipe seperti ini memiliki ciri bertubuh besar dan kuat namun mudah sekali naik darah dan sukar mengendalikan diri sifatnya garang dan agresif.[16]

G. Jung seorang ahli penyakit jiwa dari Swiss membagi lagi kepribadian dengan cara yang lain. Ia menyatakan bahwa perhatian manusia tertuju pada dua arah yakni keluar dirinya yang disebut extrovet dan kedalam dirinya yang disebut introvert. Tipe extrovet yaitu orang-orang yang perhatiannya lebih diarahkan keluar dirinya, kepada orang lain atau masyarakat. Tipe introvert yaitu orang-otrang yang perhatiannya lebih kedalam dirinya. Orang-orang yang tergolong dalam extrovert memiliki ciri-ciri berhati terbuka, mudah bergaul, ramah, penggembira, kontak dengan lingkungan besar sekali, mereka mudah dipengaruhi dan mempengaruhi lingkungnnya. Adapun yang introvert memiliki ciri-ciri kurang pandai bergaul, sulit diselami batinnya, pendiam, suka menyendiri, bahkan sering takut kepada orang lain.

Kepribadian setiap individu berbeda satu sama lain. Untuk mengetahui kepribadian seseorang perlu mempelajari struktur kepribadiannya terlebih dahulu. Kepribadian harus diolah sejak dini agar tidak terjadi gangguan saat tumbuh dewasa.

[16] http://www.slideshare.net/bocahbancar/psikologi-kepribadian

2.5 **Tinjauan Mengenai *Sales Promotion Boy***

Pemasaran suatu produk memerlukan beberapa aktifitas yang melibatkan beberapa sumber daya. Sebagai yang berkembang saat ini, dalam pemasaran terdapat suatu bagian yang memiliki keterkaitan langsung dengan konsumen yaitu pada bagian *sales product*. Bagian ini terdiri dari beberapa divisi terutama yang berkaitan dengan sistim pemasaran yang dilakukan suatu pemasaran.

Sebagai tenaga *sales product*, saat ini terdapat bagian pemasaran langsung yang menawarkan produk maupun sample produk. Bagian ini biasanya dikenall dengan *sales promotion* dan dikarenakan adanya karakter gender maka terdapat *sales promotion girl* dan *sales promotion boy*.

Pada tinjauan kali ini akan dilakukan tinjauan mengenai *sales promotion boys.* Pengertian sales promotion boys dapat dilihat dari berbagai aspek. Dalam penggunaan bahasa *sales promotion boys* merupakan suatu profesi yang bergerak dalam pemasaran atau promosi suatu produk. Kebutuhan perusahaan akan *sales promotion boys* disesuaikan dengan karakteristik suatu produk yang akan dipasarkan.keberadaan karakter fisik seorang *sales promotion boys* secara fungsional dapat mengangkat citra produk, terutama produk konsumsi langsung.

Seorang *sales promotion boys* dituntut memiliki tingkat kecerdasan yang tinggi terutama terhadap pengetahuan produk (*product knowledge*) yang dipasarkan maupun yang dipromosikan.dan juga mempunyai penampilan fisik yang mendukung terhadap karakter produk.

Pengertian *sales promotion boys* dilihat dari sistem pemasaran perusahaan adalah sebagai salah satu pendukung pemasaran suatu produk maka diperlukan tenaga promosi suatu produk sehingga mampu menarik konsumen, selanjutnya dengan kemampuan dan kecerdasan yang

dimiliki oleh *sales promotion boys* akan mampu memberikan berbagai informasi yang bekaitan dengan produk

Pada umumnya status *sales promotion boys* adalah karyawan kontrakan. Mereka dikontrak dalam kurun waktu tertentu untuk mempromosikan suatu produk.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Adi, beliau menyatakan terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh *sales promotion boys* yaitu:

a. *Performance*

   Performance ini merupkan penampilan fisik yang dapat diindera dengan pengelihatan. Dalam hal ini perspektif juga menggambarkan tentang pembawaan sesorang, pembawaan ini diukur dari penampilan *outlook* (penampilan fisik), desain *dress code* (desain pakaian)

b. *Communicating style*

   Komunikasi mutlak harus dipenuhi oleh seorang *sales promotion boys* karena melalui komunikasi ini, akan mampu tercipta interaksi antara konsumen dan *sales promotion boys*. Komunikasi ini diukur dari gaya bicara dan cara berkomunikasi.

c. *Body language*

   Body language ini lebih kepada gerakan fisik . gerakan tubuh dalam menawarkan produk dan sentuhan fisik adalah deskrpsi dari *body language* ini

   (Adi, Bandung 3 juni 2010)

Apabila memenuhi kriteria tersebut maka sangat dimungkinkan *sales promotion boys* yang direkrut oleh perusahaan akan mampu menciptakaan persepsi yang baik tentang produk yang dipromosikan dan akan di ikuti oleh minat pembelinya.

2.6 Tinjauan Mengenai Pria Metroseksual

Metroseksual adalah heteroseksual yang tidak segan segan menunjukan sisi femininya. Metroseksual juga dapat diartikan sebagai pria lajang (walaupun tidak harus) yang modern dan nyaman dengan dirinya dan sisi femininnya.

Metroseksual bukan gay akan tetapi heteroseksual yang nyaman dikelilingi dan digilai oleh para gay. Metroseksual layaknya seorang wanita yang memiliki perawatan-perawatan khusus yaitu: *spa, creambath, menicure and pedicure, hair mask* atau bahkan ada yang melakukan *hair extentio*n untuk mendapatkan rambut panjang dalam waktu yang singkat.

Perilaku konsumtif dekat dengan pria metroseksual, maka dari itu tak heran muncul sebuah tanggapan kalau pria metroseksual memiliki perilaku hedonis dan narsistis. Hedonis, seolah-olah pria metroseksual tidak memikirkan dunia yang selanjutnya akan dijalani, dan hanya memikirkan duniawi saja.

Metroseksual merupakan segmentasi baru yang dapat dikategorikan sebagai niche market bagi para pemasar industri kecantikan. Metroseksual sangatlah mencintai dirinya sendiri dan kebutuhannya untuk beraktualisasi dalam lingkungannya adalah untuk diakui eksistensinya oleh lingkungan sekitarnya.