

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian yang berkenaan dengan Hubungan Antara Konsep Diri Dengan *Public Speaking Anxiety* Pada Peserta Pemilihan Puteri Indonesia 2017 dirasa penting dengan berbagai alasan:

Pertama, berbicara di depan umum atau *public speaking* sering kali menimbulkan rasa ketakutan dan kecemasan banyak individu, kecemasan berbicara di depan umum dapat menimbulkan masalah serius bagi mereka yang mengalaminya (Jones, Fazio, & Vasey, 2012, hlm. 556). Terlebih McCroskey (2005) mengatakan bahwa berbicara di depan umum merupakan ketakutan terbesar bagi orang-orang, seorang pembicara ulung pun tidak luput dari suatu kecemasan atau ketakutan yang berhubungan dengan berbicara di depan publik (Kankam & Boateng, 2017, hlm. 27). Bahkan dalam sebuah *survey* yang dilakukan Champman University Survey on American Fears pada tahun 2014 menyatakan *public speaking* menjadi salah satu peringkat utama ketakutan warga Amerika dibanding dengan ketakutan lainnya dengan persentase sebanyak 25,3% (Kankam & Boateng, 2017, hlm. 27). Sebagai salah satu contoh lain, penelitian yang dilakukan Effendi & Sukmayadi (2016) mengenai kecemasan komunikasi mahasiswa khususnya mahasiswa baru menyebut bahwa *public speaking* menjadi kecemasan terbesar diantara bentuk komunikasi lainnya dengan rata-rata nilai atau level pada *Personal Report of Communication Apprehension* yakni 19,3 berbanding dengan komunikasi di dalam kelompok sebesar 15,4, komunikasi di dalam pertemuan atau *meeting* 16,4, komunikasi interpersonal 14,5 (Effendi & Sukmayadi, 2016, hlm. 758). Padahal kemampuan individu untuk terampil dalam komunikasi khususnya berbicara di depan umum merupakan suatu keterampilan yang harus dimiliki individu baik seorang pemimpin, *public figure*, maupun rakyat biasa untuk meningkatkan *prestige* (Suranto, 2011, hlm. 91).

Kedua, *Beauty Pageants* atau kontes kecantikan dinilai sebagai suatu ajang yang mendorong perempuan-perempuan untuk tampil percaya diri di hadapan publik (Crawford dkk, 2008, hlm. 61), senada dengan itu MacKaye (dalam Watson & Martin, 2004, hlm. 27) menyebutkan bahwa kontes kecantikan digunakan sebagai media dalam menyuarakan hak-hak di ranah publik melalui perempuan. Oleh karena itu peserta kontes kecantikan dilatih untuk mampu berbicara baik di hadapan publik, memiliki intelegensia yang baik, impresi yang menarik, terampil dalam komunikasi dan percaya diri (Shaiber dkk, 2017, hlm. 618). Di dalam kontes kecantikan, perempuan dinilai secara terus menerus, bukan hanya sekadar ‘*beauty*’ namun bagaimana perempuan-perempuan tersebut dapat mengembangkan ‘*power*’ sebagai parameter penilaian. Perempuan pun dinilai atas dasar *verbal performance* yang mana peserta diasah untuk terampil dalam komunikasi pada saat kompetisi maupun sebagai keterampilan yang tidak ternilai dalam karir mendatang (Stoeltje, 1996, hlm. 25). Namun, pada kenyataannya perempuan-perempuan dalam kontes kecantikan harus berhadapan dengan situasi kompetitif dimana mereka harus tampil maksimal atas dasar penilaian. Pada dasarnya semua kontes kecantikan memiliki format yang sama dimana mereka dinilai dari segi kecantikan, kepribadian, dan bakat. Para dewan juri mengevaluasi setiap kontestan untuk memperoleh nilai dalam beberapa babak seperti penilaian baju renang, gaun malam, bakat, dan juga *interview*. Terdapat beberapa bagian yang biasanya diterapkan di dalam kontes kecantikan yakni *Quarantine* (karantina), *In-depth Interview* (wawancara mendalam), *Preliminary Competition* (sesi penjurian sebelum final), dan *Conorotation* atau *Final Night* (malam penobatan) (Weiser, 1999, hlm. 32). Dari bagian-bagian yang harus dilewati tersebut para peserta tidak terlepas dari bagaimana ia mempresentasikan diri kepada publik, terlebih bahwa mereka merupakan para pemenang di regionalnya masing-masing yang menuntut para peserta untuk berbicara kepada masyarakat sebagai perwakilan dari mereka.

Ketiga, dalam berkomunikasi gambaran diri yang dimiliki individu sangat berpengaruh terhadap tingkah laku yang dibuatnya yang biasa disebut dengan

konsep diri (Sarwono & Meinarno, 2009, hal. 53). Pada dasarnya individu dalam berkomunikasi cenderung bertindak laku sesuai dengan konsep dirinya dengan alasan bahwa jika individu memiliki konsep diri tinggi atau positif maka ia mampu menghadapi segala proses komunikasi secara percaya diri, sebaliknya apabila negatif atau rendah maka individu tidak mampu untuk menghadapi segala bentuk komunikasi (Syam, 2012, hlm. 56). Hal inilah yang dapat menilai bahwa kecemasan dalam *public speaking* dapat berkesinambungan dengan konsep diri yang dimiliki individu yang bersangkutan. .

Kontes kecantikan atau *Beauty Pageant*, dapat juga disebut dengan *Beauty Contest* atau *Competition* setiap tahunnya baik lokal, regional, nasional, dan skala internasional hadir di tengah masyarakat dan mengidelisasikan sisi feminitas perempuan di ruang publik (Crawford, dkk 2008, hlm. 61). Di Indonesia sendiri kontes kecantikan Pemilihan Puteri Indonesia menjadi salah satu kontes kecantikan nomor satu dan tertua di Indonesia yang diprakarsai oleh Mustika Ratu dan Yayasan Puteri Indonesia dan disiarkan oleh stasiun televisi Indosiar. Dalam penayangannya survei Nielsen mencatat bahwa Pemilihan Puteri Indonesia berhasil mencetak satu juta lebih penonton pada saat disiarkan *live* oleh Indosiar pada tahun 2009, bahkan siaran ulangnya pun masih mencatat jumlah pemirsa yang sangat signifikan dan yang ditemukan bahwa kontes-kontes semacam itu kebanyakan ditonton oleh perempuan di atas 20 tahun¹.

Di Indonesia sendiri terdapat banyak kontes kecantikan contohnya empat kontes kecantikan ternama Indonesia yakni Puteri Indonesia, Miss Indonesia, Putri Pariwisata Indonesia, dan Miss Earth Indonesia. Dari ke-empat kontes kecantikan tersebut Puteri Indonesia merupakan ajang kontes kecantikan Indonesia yang paling populer dapat dilihat dari jumlah pengikut di media sosial baik Instagram maupun Facebook.

¹ <http://www.agbnielsen.com/Uploads/Indonesia/AGBNielsenNewsletterOctInd09.pdf> (diakses pada tanggal 23 Juli 2017 pukul 20.38 WIB)

Tabel 1.1

Tabel Data Jumlah Pengikut Media Sosial

No	Nama Kontes	Instagram	Facebook
1	Pemilihan Puteri Indonesia	178.000 (<i>verified</i>)	1.248.246 (<i>verified</i>)
2	Miss Indonesia	29.000 (<i>verified</i>)	32.842 (<i>verified</i>)
3	Putri Pariwisata Indonesia	7358	11.213
4	Miss Earth Indonesia	3828	4.092

Sumber: Official Instagram dan Facebook (Kontes Kecantikan) per-tanggal 25 Juli 2017

Diprakarsai oleh *founder* produsen kosmetik dan jamu nasional Mustika Ratu, BRA Mooryati Soedibyso pada tahun 1990 bersama Tanri Abeng, MBA (yang pada saat itu sebagai Ketua Badan Pengembangan Pariwisata Indonesia), RM Suryo Sumarno, SH (Kepala Badan Pengembangan Pariwisata Indonesia), Drs. H. Rudy Lengkong (Kepala Badan Pengembangan Ekspor Nasional), dan Ponco Sutowo (Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) teretuslah Pemilihan Puteri Indonesia yang lahir dari pemikiran dengan tujuan membina perempuan Indonesia dan membangun suatu lembaga yang dapat menjadi wakil bangsa Indonesia dan ikon pariwisata Indonesia, serta memperkenalkan objek wisata serta sumber daya alam dan produk domestik nasional. Selanjutnya pada tahun 1992 diaktualisasikannya Yayasan Puteri Indonesia dan gelaran Pemilihan Puteri Indonesia untuk pertama kalinya. Dalam penyelenggaraannya. Pemilihan Puteri Indonesia tidak berjalan dengan mulus, sempat terhenti akibat krisis moneter yang melanda Indonesia dari tahun 1997-1999 ditambah dengan kontroversi masyarakat mengenai kontes kecantikan khususnya Pemilihan Puteri Indonesia turut mewarnai sejarah kontes itu sendiri.

Pemenang Puteri Indonesia yang setiap akhir masa jabatannya di kirim ke ajang internasional, Miss Universe, sempat mengalami berbagai penolakan dari masyarakat khususnya organisasi Islam yang menyuarakan penolakan keikutsertaan Indonesia di kontes kecantikan yang dinilai sebagai ajang yang tidak sesuai dengan norma dan budaya ketimuran Indonesia, terlebih penolakan terhadap pemakaian baju renang di kontes kecantikan. Sebelumnya Puteri Indonesia 1996, Alya Rohali yang pada saat itu mengikuti Miss Universe 1996 di Las Vegas, Amerika Serikat dan merupakan perempuan Indonesia kedua yang dikirim Mustika Ratu dan Yayasan Puteri Indonesia mendapat pertentangan masyarakat mengenai beredarnya foto bikininya di ajang Miss Universe. Pada tahun 2000 barulah Mustika Ratu dan Yayasan Puteri Indonesia mengadakan kembali ajang Pemilihan Puteri Indonesia, namun pemenang Puteri Indonesia saat itu tidak dikirim ke Miss Universe sampai dengan tahun 2004. Pada tahun 2005, Puteri Indonesia 2004 Artika Sari Devi memulai keikutsertaannya kembali Puteri Indonesia di ajang Miss Universe di Bangkok, Thailand dan berhasil masuk 15 besar pada saat itu. Sama seperti sebelumnya, demo besar-besaran terjadi menolak keikutsertaannya di ajang Miss Universe. Namun, dari tahun 2005 Mustika Ratu dan Yayasan Puteri Indonesia tetap aktif mengirimkan para pemenangnya ke kontes-kontes kecantikan dunia hingga sekarang ini meski mendapat banyak pertentangan dari berbagai pihak.

Pemilihan Puteri Indonesia diikuti oleh peserta dari seluruh provinsi di Indonesia, biasanya para perempuan yang terpilih harus memenangkan terlebih dahulu Pemilihan Puteri Indonesia Daerah di daerahnya masing-masing, peserta lain yang terpilih pun merupakan hasil seleksi dari audisi langsung di Graha Mustika Ratu. Adapun maksud diadakannya Pemilihan Puteri Indonesia yakni turut serta memberi kesempatan kepada remaja puteri Indonesia dalam pemberdayaan, pengembangan potensi diri, dan aktif dalam membangun kehidupan bangsa dan bermasyarakat. Adapun parameter penilaian yang dipegang teguh Pemilihan Puteri Indonesia hingga kini yakni 3B (*Brain, Beauty, Behavior*). *Brain* yang memiliki makna berpikiran positif, cerdas, inovatif, kreatif, dan

mandiri. *Beauty* memiliki arti bahwa perempuan Indonesia dapat merawat diri secara paripurna, kecantikan luar maupun kecantikan dalam dirinya. *Behavior* memiliki makna berbudi pekerti baik dan menjaga kerukunan sosial. Sebagai pemenang Puteri Indonesia ada beberapa tugas yang diemban selama menjabat sebagai pemenang, salah satunya pengiriman wakil Indonesia di kontes internasional yakni Miss Universe, Miss Internasional, Miss Supranational, dan Miss Grand International.

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian Saputri & Indrawati (2017) dengan judul **“Hubungan Antara Konsep Diri dan Kecemasan Berbicara Di Depan Umum Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 3 Sukoharjo”**. Penemuan penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara konsep diri dan kecemasan berbicara umum dengan nilai korelasi -0,490 dengan $p < 0,000$, koefisien determinasi sebesar 0,240 (persentase pengaruh 20,4% terhadap kecemasan berbicara di depan umum) sedangkan 79,6% lainnya disebabkan faktor lain. Artinya semakin tinggi nilai konsep diri siswa maka semakin rendah kecemasan berbicara di depan umum.

Penelitian Effendi & Sukmayadi (2016) dengan judul **“*Communication Apprehension Levels of Tourism and Social Sciences Students*”** menyatakan bahwa mahasiswa baru ketika memasuki kehidupan universitas bukan saja menghadapi tantangan akademik, namun tantangan untuk dapat beradaptasi yang mana berbeda dengan kehidupan sekolah mereka, salah satu tantangan yang sering dialami yakni *lack of communication comfort* yang mana dapat berpengaruh terhadap nilai akademik mereka. Penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 243 mahasiswa dari departemen Ilmu Sosial dan Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia menunjukkan tingkat *Communication Apprehension* yang sedang, hanya satu yang menunjukkan tingkatan rendah. Begitu pun bahwa level CA yang banyak dialami mahasiswa yakni *Public Speaking* dibanding bentuk komunikasi lainnya seperti komunikasi interpersonal, pertemuan, dan di dalam grup.

Penelitian Zevannya (2011) dengan judul “**Analisis Konsep Diri Peserta Ajang Miss Indonesia untuk Menjadi Humas bagi Indonesia**” menyatakan bahwa keikutsertaan peserta Miss Indonesia dalam kontes kecantikan tersebut memengaruhi konsep diri positif yang dimilikinya membuat mereka lebih percaya diri, mudah bergaul, serta membuat sisi positif dalam dirinya semakin kuat dengan keikutsertaannya dalam kontes kecantikan.

Penelitian yang dilakukan Buyce (2013) dengan judul “*Attribution of Pageant Experience Examined as a Communication Competence Tool*” menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara pengalaman keikutsertaan dalam kontes kecantikan dengan kompetensi komunikasi yang dimiliki para peserta kontes kecantikan. Pengalaman peserta dalam kontes kecantikan membuat mereka mampu mengembangkan diri dalam dunia kerja serta terampil dalam mengasah daya tarik atau penampilan serta *skill* komunikasi yang dapat menopang karir mereka.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas terdapat beberapa perbandingan dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Perbedaan dengan penelitian Saputri & Indrawati (2017) yakni bahwa penelitian Saputri & Indrawati lebih memusatkan pada subjeknya yakni remaja (siswa sekolah) yang mana kecemasan berupa berbicara di depan umumnya seperti dalam pembelajaran di kelas. Penelitian Effendi & Sukmayadi (2016) lebih menitikberatkan pada sejauh mana level atau tingkatan *Communication Apprehension* yang dialami mahasiswa baru secara keseluruhan baik kecemasan berbicara di depan umum, di kelompok kecil, dalam pertemuan, serta komunikasi dua arah. Penelitian Zevannya (2011) lebih menekankan pengaruh konsep diri terhadap kegunaannya sebagai seorang Humas dengan analisis kualitatif. Penelitian Buyce (2013) lebih menekankan pada pengalaman keikutsertaan peserta kontes kecantikan yang membuat kompetensi komunikasi baik dalam karir mereka.

Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana dan ada atau tidaknya hubungan konsep diri dalam kaitannya dengan *public*

speaking anxiety peserta kontes kecantikan khususnya peserta Pemilihan Puteri Indonesia 2017. Oleh karena ini penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional sebagai pisau analisis. Menurut Silalahi (2009, hlm. 63) penelitian kuantitatif korelasional adalah penelitian yang berusaha menentukan apakah, dan derajat apa satu hubungan, ada antara dua atau lebih variabel yang dapat diukur (menentukan suatu hubungan). Metode penarikan sampel yakni sampel total atau jenuh dimana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dalam dalam penelitian ini sampel yang digunakan yakni 38 orang yang merupakan wakil dari setiap provinsi di Indonesia dalam ajang Pemilihan Puteri Indonesia 2017. Variabel independen atau bebas (X) dalam penelitian ini yakni Konsep Diri sedangkan variabel dependen atau terikatnya (Y) yakni *Public Speaking Anxiety*.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Hubungan antara Konsep Diri dengan *Public Speaking Anxiety* pada Peserta Kontes Kecantikan Pemilihan Puteri Indonesia 2017”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara konsep diri dengan *public speaking anxiety* pada peserta kontes kecantikan Pemilihan Puteri Indonesia 2017?
2. Bagaimanakah jenis atau arah hubungan antara konsep diri dengan *public speaking anxiety* pada peserta kontes kecantikan Pemilihan Puteri Indonesia 2017?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis hubungan antara konsep diri dengan *public speaking anxiety* pada peserta kontes kecantikan Pemilihan Puteri Indonesia 2017.
2. Menemukan jenis atau arah hubungan antara konsep diri dengan *public speaking anxiety* pada peserta kontes kecantikan Pemilihan Puteri Indonesia 2017.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara langsung maupun tidak langsung terhadap perkembangan keilmuan dan penelitian-penelitian yang berkenaan dengan Konsep Diri dan *Public Speaking Anxiety* sebagai kajian dan pengembangan Ilmu Komunikasi. Penelitian ini pun diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian lain atau selanjutnya.

2. Manfaat Kebijakan

- a. Diharapkan dapat menjadi bahan praktisi Ilmu Komunikasi khususnya dalam kajian Psikologi Komunikasi dan *Communication Apprehension*.
- b. Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan khususnya bagi para peserta dalam memahami kecemasan dalam komunikasi khususnya ketika berbicara di hadapan publik

3. Manfaat Praktik

- a. Sebagai praktisi komunikasi penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan dan kajian terhadap penerapan khususnya Psikologi Komunikasi dan *Communication Apprehension*.
- b. Bagi penelitian lanjutan diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan terkait penelitian Psikologi Komunikasi dan *Communication Apprehension*.

4. Manfaat Isu dan Aksi Sosial

Melihat dari segi aspek isu dan sosial, peneliti ini dapat menjadi pertimbangan serta pemahaman kita khususnya para peserta kontes kecantikan dalam memahami konsep dirinya sebagai peserta kontes

kecantikan dan hubungannya dengan kecemasan berbicara di hadapan umum.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

- BAB I** :Dalam bab ini diuraikan beberapa poin dari pendahuluan yakni latar belakang masalah penelitian. Peneliti juga menjabarkan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti, serta perbedaan dengan penelitian yang diambil. Dalam bab ini pun diuraikan beberapa poin seperti rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, manfaat penelitian, serta struktur organisasi skripsi yang akan dipaparkan dalam penelitian.
- BAB II** :Dalam bab ini peneliti menguraikan topik-topik atau penelitian yang diangkat dalam penelitian melalui kajian pustaka. Melalui kajian pustaka peneliti menjelaskan berkenaan dengan konsep-konsep, teori-teori yang diteliti, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.
- BAB III** :Dalam bab ini peneliti menguraikan prosedur yang diambil dalam penelitian berupa desain penelitian, partisipan penelitian, populasi dan sampel, instrumen, prosedur, serta analisis data.
- BAB IV** :Dalam bab ini peneliti menyampaikan beberapa hal yakni temuan penelitian berdasarkan pengolahan dan analisis data dan pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.
- BAB V** Dalam bab ini berisikan tentang simpulan, implikasi, maupun rekomendasi yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap analisis temuan, juga mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian tersebut.