

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB ini akan membahas mengenai 1. Konsep Harga Diri 2. Konsep *Fashion Style* 3. Konsep Santri 4. Kerangka Teori 5. Kerangka Konsep

2.1 Konsep Harga Diri

2.1.1 Pengertian Harga Diri

Definisi harga diri berdasarkan Deaux, Dane & Wrightsman (1981) yakni hasil dari penilaian serta evaluasi terhadap diri individu baik menilai secara positif maupun negatif yang memungkinkan dapat mempengaruhi perilaku terhadap hubungan sosialnya. Menurut Sarwono, S. W., & Meinarno (2012) Harga diri yaitu salah satu perkembangan psikologis sosio-emosi yang secara keseluruhan dipakai dalam mengevaluasi diri.

Menurut Baron, Robert, A & Byrne (2012) harga diri merupakan sebuah evaluasi diri maupun sikap pada diri sendiri pada hubungannya dengan dimensi positif, individu yang memiliki harga diri tinggi memaknai dirinya sendiri secara positif dan cenderung menyukai dirinya sendiri, evaluasi harga diri sebagian akan dapat dipengaruhi oleh orang lain dan berasal dari pengalaman yang spesifik. Sikap terhadap diri sendiri diawali pada saat adanya hubungan awal antara bayi dengan ibunya ataupun pengasuh, kebudayaan yang berbeda sehingga dapat mempengaruhi individu.

Menurut Stuart; Kozier, Erb, Berman & Snyder dalam Ramadhan (2012) harga diri dibedakan karena ada dua hal utama yakni pada diri sendiri dan orang lain. Harga diri yang berasal dari diri sendiri adalah hasil dari pengalaman hidup secara sadar atas kehidupannya yang dilihat sebagai pernyataan utuh dari kompetisi dan penghargaan diri atas kenyataan yang ada (Reasoner, 2004).

Harga diri yang positif akan merujuk kepada sebuah hal yang akurat dan juga tepat, individu yang mempunyai harga diri positif dirinya akan mengalami pembenaran dalam nilai dirinya menjadi individu, merasakan keberhasilan dan juga kepandaian dari individu tersebut (Santrock, 2003). Menurut Stuart G.W dan Laria, M (2001) harga diri yang positif akan berhubungan dengan kecemasan yang negatif, individu dalam kelompok menjadikan kelompok tersebut efektif, dan juga mendapat penerimaan diri dari orang lain. Menurut Messina, JJ & Messina, (2005) mengatakan bahwa individu yang mempunyai harga diri negatif akan merasakan dirinya kalah dan tidak pantas mendapatkan penghargaan dari orang lain, individu tidak dapat mengambil risiko, tidak mempunyai sikap yang asertif kepada orang lain, ingin selalu mendapatkan penghargaan dari orang lain, tidak mampu dalam menyelesaikan masalah, mudah terkena rasa takut, tidak mampu untuk berpikir positif terhadap dirinya sendiri, merasa

tidak aman, mudah cemas, grogi saat menghadapi orang lain, serta mudah putus asa.

2.1.2 Faktor – faktor Harga Diri

Menurut Michener, Delamater & Myres dalam Lubis (2018), factor-faktor yang termasuk pada variabel harga diri yaitu: Pengalaman Keluarga, Umpan Balik Kinerja, dan Perbandingan Sosial.

a. Pengalaman Keluarga (Family Experience)

Hubungan orang tua terhadap anak pada family experience, dianggap penting terhadap perkembangan harga diri individu. Pengaruh keluarga terhadap harga diri memperlihatkan bahwa konsep diri yang menggambarkan bahwa gambaran diri yang dikomunikasikan atau disampaikan melalui orang – orang yang penting dalam diri individu.

b. Umpan Balik Kinerja (Performance Feedback)

Kualitas performa individu pada menanggapi kesuksesan dan juga kegagalan, hal ini secara terus menerus dapat mempengaruhi harga diri individu, hal ini disebabkan karena harga diri diperoleh melalui pengalaman.

c. Perbandingan Sosial (Social Comparison)

Social comparison adalah sebuah hal yang sangat penting bagi harga diri individu, karena perasaan individu mempunyai kompetensi tertentu yang didasari kepada perilaku individu yang diinginkan baik dari hasil individu maupun perilaku orang lain.

Berdasarkan pendapat Coopersmith dalam Lubis (2018) terdapat empat faktor yang mempengaruhi harga diri, yakni:

1. Penerimaan dan penghinaan terhadap diri sendiri.

Individu yang merasakan bahwa dirinya berharga maka individu tersebut akan mempunyai citra diri yang positif. Akan menghargai dirinya sendiri, menerima dirinya sendiri, tidak memiliki citra diri yang rendah, serta mampu mengetahui keterbatasan dari kemampuannya, jika individu yang mempunyai harga diri yang rendah individu tersebut cenderung memilih untuk menyendiri serta menghindari pergaulan, individu merasa tidak puas akan dirinya walaupun sebenarnya individu dengan harga diri rendah semestinya memerlukan dukungan.

2. Kepemimpinan atau popularitas

Penilaian keberartian seseorang didapatkan seseorang tersebut pada saat harus berperilaku sesuai kewajibannya sesuai dengan tuntutan yang ada yang diberikan oleh

lingkungan sosialnya, yakni membedakan kemampuan seseorang dengan lingkungannya. Ketika individu dihadapkan pada situasi persaingan, individu tersebut akan menerima dirinya serta memperlihatkan seberapa besar pengaruh dan kepopulerannya pengalaman yang didapatkan pada kejadian itu membuktikan bahwa individu lebih mengenal dirinya, menjadi seorang pemimpin ataupun menghindari dari persaingan.

3. Keluarga dan orang tua

Keluarga dan orang tua mempunyai pengaruh terbesar yang dapat mempengaruhi harga diri, hal ini disebabkan karena proses meniru yang terjadi pada individu sejak awal dalam keluarga. Namun alasan lain karena adanya perasaan dihargai dalam keluarga adalah nilai penting yang dapat mempengaruhi harga diri.

4. Keterbukaan dan kecemasan

Individu yang memiliki keterbukaan dalam menerima keyakinannya, serta pada nilai – nilai dan juga sikap moral dari seseorang serta lingkungan lainnya pada saat dirinya diterima dan dihargai, namun sebaliknya jika individu akan mendapatkan rasa kekecewaan jika ditolak dengan lingkungannya yang membuat harga diri individu rendah.

2.1.3 Aspek Harga Diri

Menurut Rosenberg dalam Lubis (2018) mengungkapkan bahwa ada dua aspek harga diri, yakni penerimaan diri dan penghormatan diri, pada kedua aspek ini memiliki lima dimensi yakni dimensi akademik, sosial, emosional, keluarga, serta fisik.

1. Dimensi akademik, bersinggungan mengenai persepsi seseorang pada kualitas pendidikan individu.
2. Dimensi sosial berkaitan dengan persepsi seseorang pada hubungan sosialnya.
3. Dimensi emosional berkaitan pada keterlibatan seseorang pada emosi individu.
4. Dimensi keluarga berkaitan dengan keterlibatan individu terhadap emosi individu.
5. Dimensi fisik, mengacu terhadap persepsi individu pada kondisi fisik individu tersebut.

Berdasarkan pendapat Coopersmith dalam Lubis (2018) bahwa ada empat aspek dalam variabel harga diri: Pertama yakni *power* (kekuasaan), dimana hal ini mengacu pada kemampuan seseorang saat mengatur serta mengendalikan perilaku diri sendiri dan juga orang lain.

Kedua *significance* artinya keberartian, dimana pada hal ini mengacu terhadap rasa peduli, memiliki perhatian, serta afis yang dapat diterima oleh orang lain karena hasil buah penghargaan dan minat orang lain serta adanya penerimaan individu serta popularitasnya.

Ketiga *virtue* kebijakan individu yang mengikuti moral, etika, dan prinsip agama yang dapat dilihat dari ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang tidak diperbolehkan oleh moral, etika, dan juga agama.

Keempat *competence* yakni kemampuan dimana individu dapat terpenuhi tuntutan berprestasi yang dilihat oleh keberhasilan individu dalam melakukan berbagai pekerjaan baik pada tingkat tinggi dan usia yang berbeda.

2.1.4 Pengukuran Harga Diri

Dalam peneliti ini, peneliti menggunakan alat ukur Rosenbrenng Self Esteem Scale (RSES). RSES adalah alat ukur yang dikembangkan oleh Morris Rosenberg (1965). RSES adalah alat ukur yang paling banyak digunakan untuk mengukur self esteem secara umum (Demo, dalam Heatherton & Wyland, 2003). RSES merupakan alat ukur yang bersifat Self-administrated questionnaire yang mengukur self esteem dalam skala likert satu sampai empat, dengan rentang sekor antara 0-40. Setengah dari

item merupakan ekspresi positif, dan setengahnya lagi merupakan ekspresi negative. Semakin rendah skor, semakin merepresentasikan self esteem yang tinggi. Sebaliknya, semakin tinggi skor, semakin merepresentasikan self esteem yang rendah. Internal consistency pada RSES sebesar 0,87, dan terbukti valid dan reliable (Baldwin and Courneya, dalam Griffin dan Kirby, 2007). RSES pernah diadaptasi kedalam bahasa Indonesia oleh Ariyani (2004). Ia juga mengukur kembali validitas dan reabilitas RSES dan didapatkan hasil yang valid dan reliable.

Skor 10 - 25 dikategorikan sebagai skor untuk self esteem rendah. Skor 26 - 40 dikategorikan sebagai skor untuk self esteem tinggi. Skor diantaranya dikategorikan sebagai skor individu rata-rata. Peneliti menggunakan RSES yang telah diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia.

2.2 Konsep *Fashion Style*

2.2.1 Pengertian *Fashion Style*

Pakaian adalah sebuah kebutuhan utama yang termasuk pada kebutuhan primer manusia yang harus dipenuhi pada kehidupannya. Namun gaya berpakaian seseorang pasti berbeda – beda, perbedaan budaya, kelas, gaya hidup, pengaruh lingkungan pasar mempengaruhi cara orang berpakaian Hidayatullah, dkk (2020). Menurut Michael dalam Putera (2019) pakaian adalah alat yang memberikan pengaruh positif bagi pemakainya karena dapat

menampilkan karisma, menambah percaya diri, dan juga pengakuan.

Menurut Fakhrunnisa (2016) gaya berpakaian juga dapat disebut fashion style hal ini dapat menjadi sebuah cara individu atau kelompok dalam mengimplementasikan diri mereka sendiri pada bagian kelompok tertentu yang mereka yakini dan menambah kepercayaan mereka.

Gaya hidup berpakaian adalah gaya yang mengacu pada cara berpakaian yang sedang trend ataupun populer pada masyarakat khususnya pada budaya tertentu, sementara itu definisi fashion pada umumnya dapat didefinisikan tentang hal yang berkaitan dengan seni, bahasan serta arsitektur. Menurut Widyarini (2009) lifestyle berpakaian adalah suatu bagian dari cara seseorang untuk dapat membawa diri pada lingkungannya.

2.2.2 Manfaat *Fashion Style*

Berdasarkan pendapat Setiawan dalam Putera (2019) terdapat beberapa gaya hidup berpakaian pada kehidupan sehari – hari, sebagai berikut:

1. Memberikan rasa percaya diri

Berdasarkan psikologis perempuan yang mempunyai penampilan yang menarik dan nyaman lebih memungkinkan

untuk percaya diri daripada dengan penampilan yang tidak menarik.

2. Memberikan daya tarik

Memakai pakaian dan mempunyai penampilan yang menarik dapat memberikan daya tarik. Terutama jika di tambah dengan sopan dan ramah, hal itu akan memunculkan daya tarik dan membuat yang lain merasakan rasa nyaman.

3. Membuat bahagia

Rasa kepuasan memakai style berpakaian akan mendapat perhatian yang membuat rasa bangga.

2.2.3 Aspek *Fashion Style*

Aspek aspek Fashion Style menurut Wizzard dalam Putra (2019) bergantung terhadap jenis kelamin, nilai sosial, dan juga faktor religi.

1. Perbedaan Jenis Kelamin.

Kenyataan budaya, dan ketidaksamaan aturan berpakaian pada dua jenis kelamin, hal tersebut juga membedakan pada style, kain, dan warna. Pada masyarakat barat gaun, rok, serta sepatu ber hak tinggi di identikan dengan pakaian wanita, serta dasi jas, dan celana jadi diidentikan sebagai pakaian laki-laki. Sebagian budaya, hanya aturan untuk mengatur apa

yang seharusnya pria dan wanita yang wajib pakai, wanita lebih banyak memerlukan penutup badan dibandingkan dengan pria.

2. Nilai Sosial

Pada setiap manusia, gaya berpakaian sebagai syarat atas peringkat dan juga statusnya, pada romawi kuno terdapat beberapa senator yang diperbolehkan memakai pakaian yang diwarnai warna violet, namun di Tiongkok pada awal permulaan pembentukan republik kaisar saja yang diperbolehkan memakai pakaian yang berwarna kuning, pada saat ini nilai sosial tidak lagi dilihat dengan barang langka atau barang yang elegan.

3. Religi

Gaya berpakaian dari aturan agama dianggap sebagai busana khusus, namun juga dapat dipakai pada sehari – hari sebagai pernyataan status agama.

2.2.4 Indikator *Fashion Style*

Berdasarkan pendapat Sherman dalam Putera (2019), fashion style, dapat diketahui melalui beberapa aspek, yakni:

1. Personality

Kepribadian berpengaruh penting pada pembangunan gaya seseorang, dikarenakan gaya berpakaian seseorang mencerminkan bagaimana kepribadian yang asli dari individu tersebut.

2. Role Model

Role model biasanya adalah figur yang populer dengan style berpakaian seperti mengikuti role model artis, aktor, dan juga seleb sosial media.

3. Lingkungan

Tempat individu tinggal, berkumpul, bersosialisasi pada teman –temanya, dan juga tempat dimana banyak menghabiskan aktivitas akan memberikan pengaruh gaya dan Gaya hidup berpakaian individu.

4. Style Teman

Sama dengan role model, jika individu melihat temannya menarik yang sedang dipakai, bahkan otomatis pada individu yang mempersepsikan gaya temannya yang menarik akan mengikutinya sedikit demi sedikit untuk mencoba gaya yang sama agar terlihat tampil menarik.

5. Tren yang Sedang Hits

Tren fashion akan mempengaruhi minat Gaya hidup berpakaian individu, dimana jika sedang ramai dipasaran biasanya akan menjadi sebuah barang fashion yang harus dimiliki dan diakui.

2.3 Konsep Santri

2.3.1 Pengertian Santri

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) santri adalah individu yang sedang mendalami ilmu agama dengan sungguh-sungguh, menurut Huda & Yani (2015) santri bermula dari kata “cantrik” yang mengartikan bahwa seseorang yang selalu mengikuti gurunya keneapapun gurunya pergi dan menetap.

Sedangkan menurut Nurcholis Madjid dalam Yasmadi (2005) asal kata “santri” dapat diketahui dari dua pendapat, pertama santri berasal dari kata “sastri” yang mempunyai definisi Bahasa sansekerta melek huruf, kata ini didasari oleh kaum santri yang melakukan aktivitas literasi bagi orang Jawa dan lebih berusaha untuk mendalami ilmu agama lewat kitab-kitab yang bertuliskan Arab.

Dilanjutkan menurut Dhofier (1997) mendefinisikan bahwa santri dalam Bahasa India adalah orang yang tahu agama, atau

biasanya mengetahui buku-buku suci, buku agama, dan buku ilmu pengetahuan.

2.3.2 Macam – Macam Santri

Menurut Dhofier (1997) santri adalah sebuah elemen yang sangat penting dari pondok pesantren, menurutnya terdapat dua macam santri yakni santri mukmin dan santri kalong, berikut penjelasannya:

- a. Santri mukmin, adalah murid yang mempunyai asal yang bukan dari daerah dekat dengan pesantren atau yang mempunyai daerah asayang jauh dan mentepa di pesantren, biasanya santri ini memiliki tanggung jawab untuk mengurus kepentingan di pondok pesantren, seperti mengurus pesantren sehari-harinya, mengajar santri dalam kegiatan mengaji di pondok pesantren dan lain sebagainya.
- b. Santri kalong adalah murid yang berasal dari desa atau daerah yang tidak jauh dari pesantren, sehingga biasanya tidak menetap dalam pesantren dan cenderung mengikuti pelajaran di pesantren setelahnya merak dapat kembali ke rumahnya masing-masing.

2.4 Review Jurnal

No.	Judul Jurnal	Nama Penulis & Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Penggunaan Outfit Terhadap Rasa Percaya Diri Mahasiswa Pendidikan Semester 7	Riani Mudiawati, Siti Mar'atus S, Sri Nur A, Syifa Nurhayati Z, Iwan Ridwan Yusup (tahun 2020)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif korelasional. Dalam pendekatan deskriptif dilakukan penelitian suatu objek maupun suatu system pemikiran dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual serta akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang diamati	Adapun hasil dari penelitian diperoleh data yang menunjukkan bahwa penggunaan outfit mempengaruhi rasa percaya diri mahasiswa, adapun aturan dari universitas mengenai ketentuan dalam penggunaan pakaian mengatakan 51% merasa tidak keberatan, 32% merasa keberatan, dan sisanya 17% merasa biasa aja. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa mahasiswa semester 7 di salah satu universitas Negeri yang ada di Bandung sudah bisa beradaptasi dan menerima aturan yang berlaku dan wajib diikuti selama kegiatan belajar dikampus
2.	Harga Diri pada Remaja Menengah Putri di SMA Negeri 15 Kota	Lukman Yusuf, Chandra Bagus (Tahun 2012)	Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif korelasional dengan rancangan <i>cross</i>	Hasil dari penelitian diketahui bahwa sebanyak 113 responden (66,9%) memiliki harga diri tinggi dan 57 responden (33,1%)

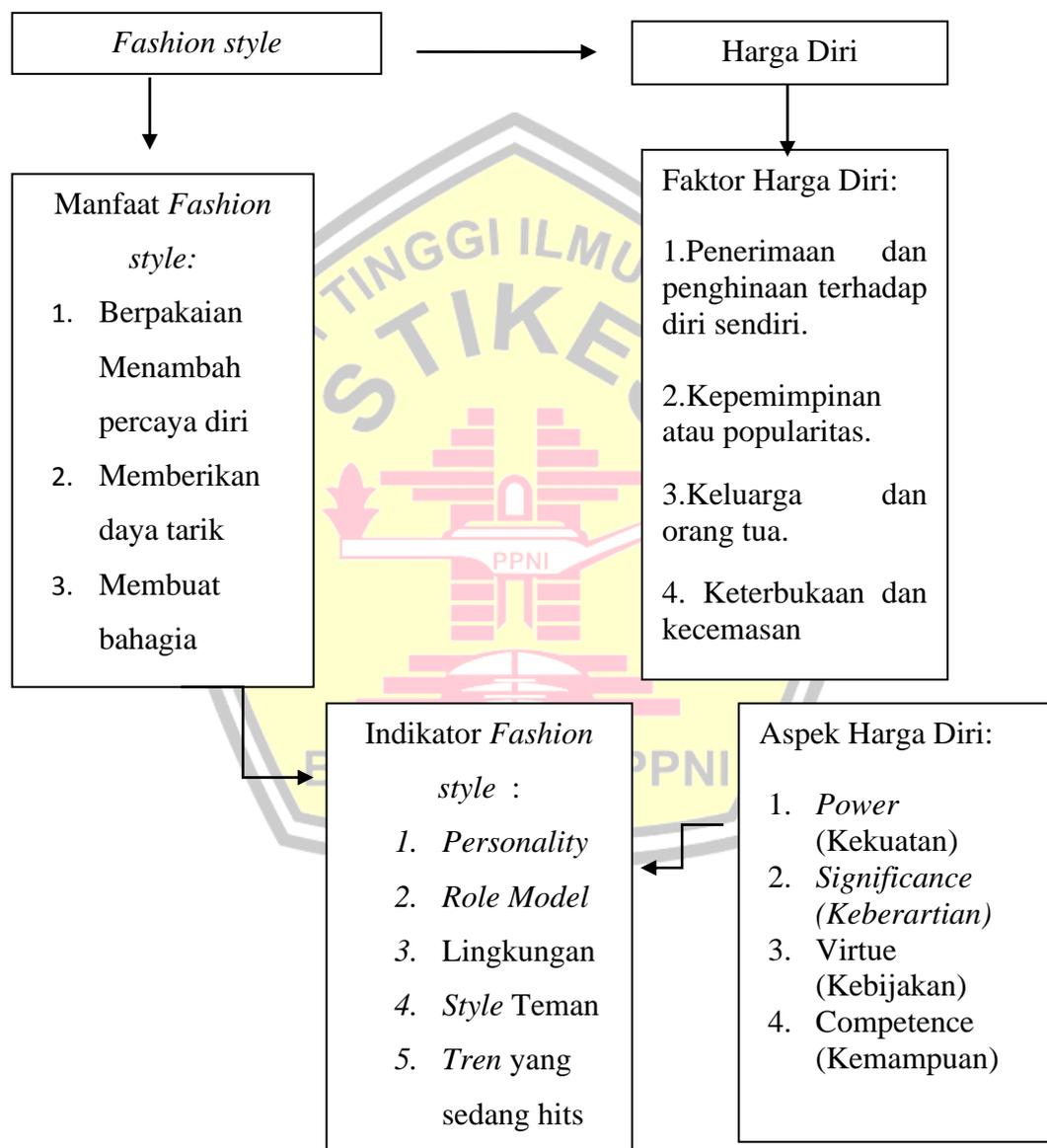
	Semarang		<p><i>sectional</i>. Pengambilan sampel dengan metode <i>stratified random sampling</i> terhadap 170 responden dan menggunakan analisa <i>chi-square</i></p>	<p>memiliki harga diri rendah. Bagi remaja putri yang ingin melakukan diet harus memperhatikan asupan gizi, kesehatan dan perawat dapat berperan sebagai educator dan konselor.</p>
2.	Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi	Tri Yulia Trisnawati (2011)	<p>Penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan desain penelitian Cros Sectional dan populasinya adalah mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Semarang. Penentuan responden dengan mengaplikasikan pengambilan sampel secara purposive sampling dengan karakteristik perempuan remaja usia 17 – 25 tahun terutama mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi,</p>	<p>Diantara masa hidup perempuan, pada tataran usia remajalah mereka begitu memperhatikan perkembangan <i>fashion</i>. Hal ini dikenakan pada masa remaja biasanya mereka cenderung menempatkan penampilan fisik diatas segalanya terutama pada kepercayaan dirinya., maka dari itu segala sesuatu yang dapat memperindah dan mempercantik penampilanya akan selalu mereka adopsi. Bagi panya remaja pakaian merupakan sesuatu yang sangat penting seperti makanan dan air. Para remaja ini mengekspresikan diri mereka melalui apa yang mereka pakai dan bagaimana penampilan mereka . Hal ini dikarenakan</p>

			mahasiswi yang <i>fashionable</i>	remaja merupakan masa ketika mereka berusaha menciptakan identitas mereka sendiri dan sebagian besar diekspresikan melalui <i>fashion</i> .
--	--	--	-----------------------------------	---



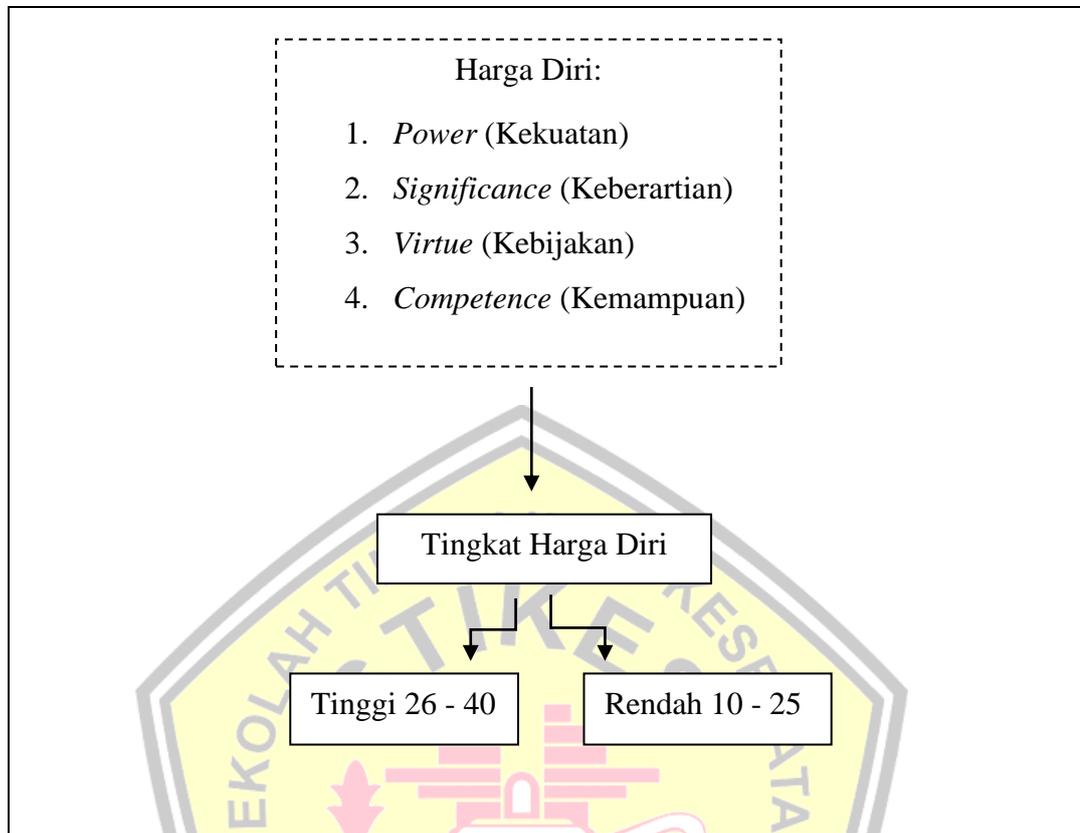
2.5 Kerangka Teori

Menurut Notoatmodjo (2012) kerangka teori adalah sebuah uraian dan visualisasi tentang hubungan dan kaitan dengan konsep-konsep ataupun variabel yang akan diukur pada penelitian. Berdasarkan pemaparan terhadap variabel *Fashion style* dan Harga Diri, berikut kerangka teori di bawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Teori Gambaran Harga Diri Berkaitan dengan *Fashion Style*

2.6 Kerangka Konsep



Keterangan:

: diteliti
 : tidak diteliti

Gambar 2. 2 Kerangka Konsep Gambaran Harga Diri Berkaitan dengan *Fashion Style*