

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU**  
**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**KONSEP DIRI PENGUSAHA MUDA**  
**(Studi Pada Elda Susanti Stick Mozarella Pku by.el's)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Riau



**LEDY DIANA ELIZABET**

NPM : 169110155  
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**PEKANBARU**  
**2022**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Ledy Diana Elizabet  
NPM : 169110155  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Ujian Komprehensif :  
Judul Penelitian : Konsep Diri Pengusaha Muda (Studi Pada Elda Susanti Stick Mozarella Pku by. El's)

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian komprehensif.

Pekanbaru, 11 Maret 2022

Menyetujui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Pembimbing



Dr. Fatmawati, S.IP, MM

Dr. Hary Setiawan, M.I.Kom

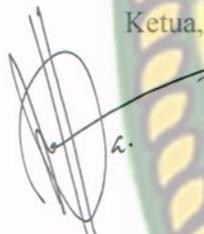
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMUKOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Ledy Diana Elizabet  
NPM : 169110155  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Seminar : Jum'at, 27 Mei 2022  
Judul Penelitian : "Konsep Diri Pengusaha Muda (Studi Pada Elda Susanti Stick Mozarella Pku By.El's)"

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, Juni 2022  
Tim Seminar

Ketua,  


Dr. Harry Setiawan, M.I.Kom

Penguji,

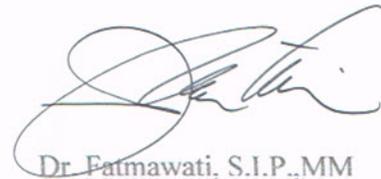
Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom

Mengetahui,  
Wakil Dekan I



Cutra Aslinda, M.I.Kom

Penguji,

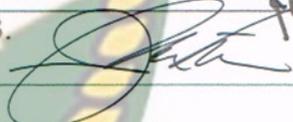
  
Dr. Fatmawati, S.I.P.,MM

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMUKOMUNIKASI**

**BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF**

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, Nomor : 0925/UJR-Fikom/Ktps/2022 Tanggal 25 Mei 2022 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini **Jumat** Tanggal 27 Mei 2022 **Jam : 11.00 – 12.00. WIB** bertempat di ruang **Rapat Dekan** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswi atas :

Nama : Ledy Diana Elizabet  
NPM : 169110155  
Bidang Konsentrasi : Humas  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Judul Penelitian : “Konsep Diri Pengusaha Muda (Studi Pada Elda Susanti Stick Mozarella Pku By.El’s)”  
Nilai Ujian : Angka : “72,1” ; Huruf : “B”  
Keputusan Hasil Ujian : Lulus/ ~~Ditunda~~/ Tidak Lulus  
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Harry Setiawan, M.I.Kom	Ketua	
2	Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom	Penguji	2. 
3	Dr. Fatmawati, S.I.P.,M.Mi	Penguji	3. 

Pekanbaru, 27 Mei 2022  
Dekan,

  
**Dr. Muhd. AR. Iman Riauan, M.I.Kom**  
NPK : 150802514

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

KONSEP DIRI PENGUSAHA MUDA (STUDI PADA ELDA SUSANTI STICK  
MOZARELLA PKU BY.EI's)

Yang diajukan oleh :

Ledy Diana Elizabet  
169110155

Pada tanggal :  
27 Mei 2022

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Muhd. AR. Iman Riauan, M.I.Kom

Tim Penguji,

Dr. Harry Setiawan, M.I.Kom

Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom

Dr. Fatmawati, S.I.P, MM

Tanda Tangan,



Two handwritten signatures are present on the right side of the page. The first signature is above a horizontal line, and the second is below another horizontal line. Both signatures are in black ink and appear to be cursive or stylized.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ledy Diana Elizabet  
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru/ 23 April 1998  
NPM : 169110155  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Alamat/No Tlp : Jl. Hangtuah Gg. Darul Amal/ 081372505990  
Judul Proposal/Skripsi : Konsep Diri Pengusaha Muda (Studi Pada Elda Susanti Stick Mozarella Pku by.El's)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (proposal/skripsi) adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima saksi pembatalan nilai proposal dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, Mei 2022

Yang Menyatakan



LEDY DIANA ELIZABET

## LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah Subbhanallahu Wa Ta'ala, yang maha pengasih lagi maha penyayang

Saya persembahkan karya tulis skripsi ini untuk kedua orang tuaku tercinta ayahanda Mawardi dan ibunda Susi Betnawati , terimakasih atas doa, motivasi, pengorbanan, serta nasehat - nasehat dan masukan yang tiada hentinya hingga saat ini, serta selalu mengingatkan untuk tidak berputus asa untuk melanjutkan hidup.

Ayah dan Ibu juga menjadi salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi dan ingin membuat ayah dan ibu bangga. semoga Allah selalu memberikan berkah dan rahmat-Nya kepada ayah dan ibu

Serta saya ucapkan terimakasih untuk abang Hengky Andhika, Ricky Syahputra, Vicky Hardinata dan keluarga saya yang selalu memberikan bantuan, dukungan, doa yang terbaik untuk saya. Serta penyemangat dan penghibur dalam kesedihan saya sehingga saya bisa seperti ini.

## MOTTO

Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan.

-Anonym-

Lakukan hal kecil dengan cinta yang besar, agar memperoleh hasil yang maksimal.

-Ledy Diana Elizabet-

Barang siapa yang keluar rumah untuk mencari ilmu, maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang.

(HR Tirmidzi)



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT dan diiringi shalawat Rasulullah SWA, berkat ridho dan karunia-NYA penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian ini dengan judul: Konsep Diri Pengusaha Muda (Studi pada Elda Susanti Stick Mozarella Pku by.El’).

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan baik dari segi teknis maupun konsep penyusunan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak sangatlah diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini dan skripsi selanjutnya.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan usulan penelitian ini tidak terlepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak kepada penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada kedua orangtua ku tersayang dan tercinta. Ayahanda Mawardi dan Ibunda Susi Betnawati, yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik secara moril maupun materi. Tanpa adanya kalian siapalah aku dan terima kasih juga untuk kasih sayang, Motivasi, semangat saat penulis merasa bosan dan putus asa dalam mengerjakan skripsi ini, dan do’a yang tak pernah putus kalian ucapkan agar aku mampu menjalani kehidupan dan meraih cita-cita seperti sekarang ini. Dan yang tidak pernah terlupakan ucapan terima kasih penulis kepada:

1. Dr. Muhd Ar. Imam Riauan, S.sos., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.

2. Dr. Harry Setiawan M.I.Kom selaku pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan membantu menyelesaikan masalah yang penulis hadapi dalam menyelesaikan laporan ini dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
3. Dr. Fatmawati, S.IP ,MM, selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
4. Al Sukri, M.I.Kom, selaku dosen penasehat akademis, yang telah meluangkan waktu, memberikan masukan, dan bimbingan kepada penulis mulai dari awal perkuliahan sampai saat ini.
5. Seluruh dosen di lingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberi didikan dan bimbingan selama melaksanakan studi dengan baik.
6. Karyawan Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah ikut membantu dalam proses belajar mengajar dikampus.
7. Untuk sahabatku, Elda Susanti yang selalu ada dikala susah maupun senang dan selalu memberikan doa serta semangat yang tiada henti.
8. Untuk Fadilah Rezky terimakasih banyak selalu ada di saat penulis susah senang, yang selalu memberi semangat, motivasi dari sempro sampai penulis mendapatkan Gelar S.I.Kom.
9. Untuk teman-teman di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau angkatan 2016, khususnya kelas D dan konsentrasi humas.

10. “Stick Mozarella Pku by. El’s”, yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam mendapatkan data atau sumber penelitian untuk menyusun skripsi ini
11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan proposal usulan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga dukungan, bantuan dan do’a yang telah diberikan kepada penulis dapat menjadi amal baik dan mendapat balasan dari Allah SWT. Semoga proposal usulan penelitian ini dapat berguna dan dimanfaatkan sebaik-baiknya.

Pekanbaru, 4 April 2022

Penulis

Ledy Diana Elizabet



## DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Lembaran Pengesahan	
Lembar Pernyataan	
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	ii
MOTTO .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK .....	xi
ABSTRACT .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah Penelitian .....	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian.....	9
C. Fokus Penelitian.....	9
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A. Kajian Literatur.....	12
1. Pengertian komunikasi .....	12
2. Komunikasi Intrapersonal .....	14
3. Konsep Diri .....	32
4. Pengusaha Muda.....	42
5. Teori-teori Komunikasi Intrapersonal .....	44
B. Definisi Operasional .....	47
C. Penelitian Terdahulu .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	50
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	51
1. Subjek Penelitian .....	51
2. Objek Penelitian .....	52

C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	52
1. Lokasi Penelitian .....	52
2. Waktu Penelitian .....	53
D. Sumber Data .....	54
1. Data Primer.....	54
2. Data Sekunder .....	54
E. Teknik Pengumpulan Data.....	54
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	56
G. Teknik Analisi Data.....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian/Profil Subjek Penelitian .....	60
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	60
2. Profil Subjek Penelitian.....	61
B. Hasil Penelitian.....	63
C. Pembahasan Penelitian .....	74
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN</b>	





## ABSTRAK

Elda Susanti adalah seorang pengusaha muda yang bergerak di bidang bisnis kuliner. Merintis usaha sejak duduk di bangku kuliah, Elda Susanti sukses menjadi pengusaha salah satu jajanan favorit milenial Stick mozzarella pku by.el's. Usaha pertama yang dinamakan Stick Mozzarella Pku by. el's sudah mempunyai 4 outlet cabang di Pekanbaru. Hal tersebut mendorong penulis untuk mengadakan penelitian tentang konsep diri pengusaha muda dalam menjalankan tiga identitas dalam waktu bersamaan menjadi pengusaha, menjadi seorang anak, dan menjadi mahasiswa. Penelitian ini membahas mengenai konsep diri yang memfokuskan pada konsep diri pengusaha muda Elda Susanti stick mozzarella pku by.el's. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep diri yang dimiliki oleh pengusaha muda yaitu adanya sikap mandiri, pantang menyerah, selalu berinovasi, mampu melihat peluang usaha kedepannya atau dalam jangka waktu yang panjang, serta selalu menjaga komunikasi antara pemilik usaha dan juga karyawan.

**Kata Kunci :** Konsep diri, Pengusaha, Muda, Stick Mozzarella

## ABSTRACT

*Elda Susanti is a young entrepreneur engaged in the culinary business. Starting a business since she was in college, Elda Susanti has succeeded in becoming an entrepreneur, one of the millennial favorite snacks, Stick mozzarella pku by.el's. The first attempt called Stick Mozzarella Pku by. el's already has 4 branch outlets in Pekanbaru. This prompted the author to conduct research on the self-concept of young entrepreneurs in carrying out three identities at the same time being an entrepreneur, being a child, and being a student. This study discusses the self-concept that focuses on the self-concept of young entrepreneurs Elda Susanti stick mozzarella pku by.el's. In this study using a qualitative approach with interviews, observation and documentation. The results of the study indicate that the self-concept possessed by young entrepreneurs is an independent attitude, never gives up, always innovates, is able to see business opportunities in the future or in the long term, and always maintains communication between business owners and employees.*

**Key Words :** *Self concept, Entrepreneur, Young, Stick Mozzarella*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Manusia, dalam posisinya sebagai makhluk sosial tentu terlibat dengan sejumlah aktivitas komunikasi yang bersifat dinamis. Baik di lingkungan keluarga, sekolah, maupun masyarakat, manusia mau tidak mau harus menjadi bagian dari kehidupan sosial budaya yang melingkupinya. Manusia dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari, memiliki keunikan masing-masing terkait dengan cara mereka dalam berkomunikasi. Salah satunya dalam kajian komunikasi intrapersonal atau komunikasi dengan diri sendiri, dimana kajian masih dipandang terlalu subjektif dan tidak dapat diketahui kebenarannya oleh orang lain atau dinilai secara umum.

Betapa sering kita mendengar ungkapan “mulailah dari diri sendiri”. Ungkapan ini sebenarnya bermakna, ketika kita berkomunikasi antarpersonal maka kita melakukan sebagian besar kebiasaan diri kita untuk berkomunikasi dengan orang lain. Supaya berhasil berkomunikasi dengan orang lain maka kita terlebih dahulu belajar berkomunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi intrapersonal merupakan tingkat paling dasar dari komunikasi manusia. Anda harus memahami siapa diri anda dan apa yang anda pikirkan tentang diri anda. Anda berbicara dengan diri sendiri, anda berkata-kata dalam hati, mengajukan pertanyaan dan komentar lalu anda menjawab.

Dalam komunikasi intrapersonal, individu bertindak sebagai pengirim pesan dan penerima pesan, individu berdialog, berdiskusi, berdebat dengan batinnya sendiri. Komunikasi intrapersonal penting sebagai titik awal dari kegiatan yang ingin kita capai.

Komunikasi intrapersonal adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri antara *Self* dengan *God*. Komunikasi intrapersonal merupakan keterlibatan internal secara aktif dari individu dalam pemrosesan simbolik dari pesan-pesan. Seorang individu menjadi pengirim sekaligus penerima pesan, memberikan umpan balik bagi dirinya sendiri dalam proses internal yang berkelanjutan. Komunikasi intrapersonal dapat menjadi pemicu bentuk komunikasi yang lainnya.

Kita dapat menyimpulkan bahwa komunikasi intrapersonal dalam komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang ini berperan baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan, dia berbicara pada dirinya sendiri, berdialog dengan dirinya sendiri, dia bertanya kepada dirinya sendiri, dan dijawab oleh dirinya sendiri. Dimana komunikasi intrapersonal menguraikan bagaimana seorang individu menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya, dan menghasilkannya kembali, yang melalui tahap-tahap proses sensasi, asosiasi, persepsi, memori, dan berfikir.

Intra artinya didalam, personal artinya pribadi (diri sendiri). Jadi, komunikasi intrapersonal/komunikasi intrapribadi merupakan komunikasi yang dilakukan oleh diri sendiri yang berperan sebagai sender (komunikator) sekaligus

berperan sebagai *receive* (komunikasikan), memberikan umpan balik pada diri sendiri dan kemudian berkelanjutan. Contoh dalam komunikasi seperti ini dalam kehidupan sehari-hari adalah berdoa, bersyukur, ngelamun, berhayal, dan lain-lain. Komunikasi intrapersonal sangat dibutuhkan untuk memahami atau mengenal diri sendiri.

Kegiatan komunikasi intrapersonal merupakan kegiatan sehari-hari yang paling banyak dilakukan oleh manusia sebagai makhluk sosial. Sejak bangun tidur di pagi hari sampai tidur lagi di larut malam, sebagian besar dari waktu kita digunakan untuk berkomunikasi. Kemampuan berkomunikasi merupakan suatu kemampuan yang paling dasar.

Komunikasi intrapersonal, artinya, mimpi yang kita miliki kita simpan sendiri. Kita masukkan dalam rongga atau kotak sempit. Kita diamkan, atau kita simpan diam-diam. Akibatnya, bisa jadi ia matang setelah melewati hitungan hari. Namun dapat juga justru hilang tak berbekas semacam layu sebelum berkembang. Jika matang, kita puas, meskipun hasilnya kita nikmati sendiri.

Sebaliknya, jika ia membebani kita, dan kita merasa tidak puas, alih-alih dapat menjadi beban dan bahkan menjadikan kita stres; tanpa orang lain mengetahui apa pun perihal impian kita tersebut. Dengan kata lain, mimpi yang kita rendam dalam kubangan otak atau hati kita, akan berjalan di tempat. Kita sendirilah yang tahu: ia diam, berkecambah atau berkembang, memuaskan, atau bahkan “meledak” di jiwa kita.

Menurut para ahli Jalaludin Rakhmat (2001) menyatakan bahwa Jika dilihat dari segi psikologi komunikasi maka yang dimaksud dengan komunikasi intrapersonal adalah proses pengolahan informasi yang meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.

Dimana pada saat kita sedang sendiri, merefleksikan dan mengintropeksi diri, disana lah terjadi proses komunikasi intrapersonal, yang pertama ada nya stimulus yang ditangkap oleh tubuh proses tersebut dinamakan sensasi, lalu oleh tubuh diolah proses tersebut yang dinamakan asosiasi lalu otak kita mulai mengartikan stimulus tersebut menjadi sesuatu yang bermakna proses tersebut dinamakan persepsi, disimpan di dalam otak lalu menjadi memori.

Elda Susanti adalah seorang pengusaha muda yang bergerak di bidang bisnis kuliner. Merintis usaha sejak duduk di bangku kuliah, Elda Susanti sukses menjadi pengusaha salah satu jajanan favorit milenial *Stick mozzarella pku by.el's*. Elda memikirkan konsep agar usahanya di terima oleh masyarakat Pekanbaru. Usaha pertama yang dinamakan *Stick Mozzarella Pku by. el's* sudah mempunyai 4 *outlet* cabang di Pekanbaru.

Elda melihat kuliner di masa depan masih merupakan peluang bisnis yang menjanjikan, dapat meraih keuntungan dan ia merasa mempunyai kemampuan dan keterampilan menjadi sumber penghasilan, kemudian ia mendirikan sebuah usaha atau bisnis di bidang kuliner.

Usahanya menciptakan produk jajanan dari keinginannya untuk membuat makanan yang halal, cepat dan akrab dengan anak muda. Tanpa modal

pengalaman, Elda mencari informasi tentang *Stick* Mozzarella melalui Youtube. Hingga akhirnya, dia berhasil menciptakan *stick* mozzarella enak versinya. Kini, bisnis Elda terus berkembang. Mempunyai pola pikir jauh kedepan Elda yakin bahwa kerja keras akan membuahkan hasil dan kunci sukses terletak pada diri sendiri.

Elda Susanti mencerminkan kepribadian kreatif mempunyai daya imajinasi yang kuat Elda selalu membayangkan bagaimana usaha yang ia jalani bisa maju dan berkembang, mempunyai inisiatif Elda mampu menemukan apa yang seharusnya dilakukan memutuskan apa yang terbaik untuk dia dan usaha kedepannya, bersifat ingin tahu Elda selalu mencari tahu apa saja hal yang baru, selalu ingin mendapat pengalaman-pengalaman baru, selalu percaya pada diri sendiri Elda percaya bahwa ia bisa mengembangkan usaha yang ia jalani dan dapat mencapai segala sesuatu yang diinginkan, penuh semangat (*energetic*) dalam menjalankan usaha *stick* mozzarella nya, berani mengambil risiko dalam merintis usaha yang ia jalani pada saat ini. Ia adalah pribadi yang hangat, penuh keramahan, memiliki sikap empati, peduli akan orang lain.

Untuk menjadi seorang pengusaha sukses, Elda memiliki keberanian untuk mewujudkan cita-cita. Tentunya sebuah bisnis berdiri setelah Elda mengeluarkan modal usaha awal dari hasil uang tabungannya. Selepas usaha bisnis ini berdiri, ia menjalankan usaha dengan baik dan benar. Mulai dari memproduksi barang, melakukan strategi pemasaran dan promosi untuk mendatangkan konsumen dan mendistribusikan produk ke konsumen. Dalam menjalankan bisnis ini tidak selamanya berjalan lancar, tantangan demi tantangan serta berbagai kesulitan yang

di hadapi oleh Elda selama menjalani bisnis *stick mozzarella pku by.el's*, elda mampu menyelesaikan tantangan yang ada, dimana Elda memiliki mental dan sikap tahan banting sehingga dia menemukan jalan keluar dan masalah akan terselesaikan dengan baik.

Sebagai seorang pengusaha muda, Elda memikirkan prinsip dalam berbisnis yang di terapkan kepada dirinya sendiri. Ia konsisten dengan bisnis dan selalu terus menerus berusaha sampai pencapaian dalam bisnis kuliner ini berhasil diraih.

Dalam perjalanan Elda merintis usahanya dari awal. Dia juga adalah seorang mahasiswa dan masih di bawah tanggung jawab kedua orang tuanya. Elda juga memiliki beberapa orang saudara yang latar belakangnya juga pengusaha di bidang lain. Profesinya sebagai pengusaha *stick mozzarella pku by.el's*, otomatis Elda menjalani tiga peran penting dalam kesehariannya sebagai pengusaha, anak di dalam keluarganya, dan seorang mahasiswa.

Sebagai seorang anak, hubungan komunikasinya dengan keluarga berjalan dengan baik. Di saat berkumpul bersama keluarga, Elda selalu mendengarkan nasehat-nasehat masukan dari kedua orang tuanya dan saudara-saudaranya yang lain, juga Elda selalu *sharing* tentang usaha mereka masing-masing. Dari situ juga Elda banyak mendapatkan masukan-masukan dan ilmu tentang bagaimana menjalankan usaha yang baik dari saudara-saudaranya yang lain yang lebih dulu mengerti dunia usaha.

Elda juga seorang mahasiswi Universitas Islam Riau Fakultas Ilmu Komunikasi. Walaupun Elda sudah mempunyai usaha sendiri yang sudah memiliki beberapa cabang, Elda tetap memperhatikan pendidikannya, tetap semangat menjalani perkuliahan demi membahagiakan kedua orang tuannya.

Tidak gampang memang menjadi seorang Elda. Setiap harinya mempunyai kegiatan yang belum tentu semua orang bisa melakukannya, seorang anak yang masih berstatus sebagai mahasiswa yang juga mengelola usaha *stick mozzarella pku by.el's* yang di jalankannya sendiri.

Banyak juga di luar sana yang seperti Elda yang juga menjalani hari-harinya dengan bekerja, kuliah, sekolah dan lain sebagainya, tetapi salut buat Elda, walaupun masih berstatus mahasiswa yang sibuk dengan jadwal kuliahnya, Elda bisa menjalankan itu semuanya setiap harinya dan tetap berjalan dengan baik. Dari ketekunannya itu, Elda sudah bisa membuka cabang usahanya di beberapa tempat yang berbeda, itu adalah prestasi yang membanggakan.

Semangat Elda pantas di acungi jempol tetap kuliah untuk mengejar gelar sarjannya, menjalankan usahanya dan beberapa cabangnya, dan itu sangat meringankan beban kedua orang tuanya karena dengan usahanya itu Elda sudah bisa memenuhi kebutuhannya sendiri dan juga membantu kedua orang tuannya.

Elda mampu mengenali dirinya dan batasan dirinya sehingga dapat mengekspresikan diri dengan baik saat interaksi dalam kehidupan. Pemahaman tentang diri yang baik membantu Elda untuk dapat mengendalikan diri dalam memberikan respon terhadap berbagai macam situasi.

Memahami diri yang akurat (kekuatan dan keterbatasan diri) kesadaran akan suasana hati maksud motivasi, dan keinginan, serta kemampuan berdisiplin diri, memahami dan menghargai diri. Kemampuan untuk memahami diri sendiri dan bertanggung jawab atas kehidupannya sendiri.

Kaitan konsep diri dengan komunikasi ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi, salah satunya yaitu konsep diri. Konsep diri merupakan faktor yang sangat mempengaruhi menentukan dalam komunikasi, karena setiap orang bertingkah laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Selain itu dijelaskan bahwa suksesnya komunikasi banyak bergantung dari kualitas konsep diri seseorang, yaitu positif atau negatif, karena setiap orang bertingkah laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya (Jalaludin, 2005: 105).

Ada hubungan positif yang sangat signifikan antara konsep diri dengan kemampuan komunikasi interpersonal yang artinya semakin positif konsep diri maka kemampuan komunikasi interpersonal individu akan semakin baik sebaliknya semakin negatif konsep diri maka komunikasi interpersonal individu semakin buruk.

Hal tersebut mendorong penulis untuk mengadakan penelitian tentang konsep diri pengusaha muda dalam menjalankan tiga identitas dalam waktu bersamaan menjadi pengusaha, menjadi seorang anak, dan menjadi mahasiswa dan akhirnya penulis merumuskan ke dalam penelitian yang berjudul:

“Komunikasi Pengusaha Muda (Studi Pada Elda Susanti Stick Mozzarella Pku by.el’s.

### B. Identifikasi Masalah Penelitian

1. Pada umumnya orang-orang beranggapan bahwa seorang pengusaha belum tentu bisa sukses.
2. Adanya respon lingkungan sekitar yang kurang baik.
3. Bagaimana sikap positif Elda Susanti dengan diri sendiri yang berperan sebagai pengusaha muda *stick mozzarella pku by.el's*.
4. Bagaimana Elda Susanti menerapkan konsep diri yang berperan sebagai seorang pengusaha muda *stick mozzarella pku by.el's*.
5. Bagaimana keterbukaan Elda Susanti dalam menerapkan komunikasi yang dilakukan oleh diri sendiri yang berperan sebagai komunikator sekaligus berperan sebagai komunikan.

### C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan suatu penentuan konsentrasi sebagai pedoman arah suatu penelitian dalam upaya mengumpulkan dan mencari informasi serta sebagai pedoman dalam mengadakan pembahasan atau penganalisaan sehingga penelitian tersebut benar-benar mendapatkan hasil yang diinginkan. Disamping itu juga fokus penelitian juga merupakan batas ruang dalam pengembangan penelitian

supaya penelitian yang dilakukan tidak terlaksana dengan sia-sia karena ketidakjelasan dalam pengembangan pembahasan.

Dengan demikian penelitian ini berfokus pada bagaimana konsep diri pengusaha muda Elda Susanti *Stick Mozarella Pku by.el's*.

#### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah Konsep Diri pengusaha muda Elda Susanti *stick mozzarella pku by.el's*”.

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### a. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui konsep diri seorang pengusaha muda Elda Susanti *Stick Mozarella Pku by. El's*
2. Untuk memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai komunikasi pada diri sendiri yang sering terjadi di tengah-tengah kehidupan masyarakat.
3. Untuk mengetahui jenis kepercayaan diri yang terbentuk dalam diri Elda Susanti sebagai seorang pengusaha muda *Stick Mozarella Pku by. El's*.

##### b. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan contoh dan memperluas wawasan bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya bagi mahasiswa atau masyarakat yang tertarik dengan topik penelitian ini. Penelitian ini juga mencoba untuk mengungkapkan penilaian para pengusaha muda mengenai konsep diri dan komunikasi intrapersonal mereka dan juga memahami kepercayaan diri yang mereka miliki setelah menjadi pengusaha muda..

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa atau masyarakat yang ingin mempelajari lebih lanjut mengenai konsep diri pengusaha muda.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Pengertian komunikasi

Sebelum kita membahas tentang komunikasi intrapersonal dan konsep diri, perlu terlebih dahulu kita memahami tentang pengertian istilah komunikasi, komunikasi intrapersonal serta komunikasi intrapersonal dalam seorang pengusaha muda.

Secara etimologi, komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berakar dari perkataan Latin “*communis*”, yang artinya sama, *communico*, *communication* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*to make common*), yang dimaksud dengan sama adalah sama makna atau sama arti (Mulyana, 2007:41). komunikasi berasal dari kata Latin *communis* atau yang dalam bahasa Inggris disebut juga dengan *communication* yang memiliki arti “sama”. Maksudnya bisa seseorang mengadakan kegiatan komunikasi dengan suatu pihak, maka orang tersebut cenderung berusaha untuk mengadakan persamaan dengan pihak lain yang menjadi lawan komunikasinya agar memperoleh suatu kesepakatan arti (Lubis, 2011: 6).

Komunikasi merupakan dasar interaksi antar manusia. Kesepakatan atau kesepahaman dibangun melalui sesuatu yang berusaha bisa dipahami bersama hingga interaksi berjalan dengan baik. Kegiatan komunikasi pada

prinsipnya adalah aktivitas pertukaran ide atau gagasan. Secara sederhana, kegiatan komunikasi dipahami sebampai dan penerimaagai kegiatan menyampaikan pesan dari pihak satu ke pihak lain dengan tujuan mencapai kesamaan pandangan atas ide yang dipertukarkan (Fajar, 2009: 30). sementara Horold Lasswell mengatakan bahwa cara baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *who says what in which channel to whom with effect?*. Pradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendi, 2003: 10).

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, komunikasi adalah “hubungan” atau “perhubungan”. sedangkan menurut Pius A. Partanto dan M. Dahlan Al-Barry (1994) komunikasi diartikan perhubungan, pengakraban, hubungan timbal balik antar sesama manusia. Jadi komunikasi adalah suatu hubungan timbal balik antar sesama dan terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Secara terminologi “komunikasi” mempunyai berbagai arti yang bervariasi tergantung dari sudut mana istilah itu akan dijabarkan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, komunikasi adalah “pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antar dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat di pahami.

Komunikasi adalah salah satu bagian dari hubungan antar manusia baik individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari (Effendy, 2003: 141) dari pengertian ini jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang

dimana seorang menyatakan sesuatu kepada orang lain, jadi yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia itu sendiri

Komunikasi dari kacamata Barnlund (Wiryanto: 2006) sebagai sebuah proses yang di dorong untuk mengurangi rasa ketidakpastian yang muncul, sarana untuk bertindak efektif dan mempertahankan atau memperkuat ego.

Pandangan yang diutarakan diatas tentunya belum mewakili seluruh definisi yang telah di buat oleh para ahli. Hanya saja kita bisa memperoleh gambaran tentang proses, sarana dan tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan komunikasi.

## 2. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal (komunikasi intrapribadi) adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri antara *self* (dirinya sendiri) dengan suatu subyek yang tidak nampak (Tuhan). sedangkan menurut Rakhmat (2001) komunikasi intrapersonal adalah proses pengolahan informasi. Proses ini melewati empat tahap; sensasi, persepsi, memori, dan berpikir.

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang itu berperan baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Dia berbicara kepada dirinya sendiri dan dijawab oleh dirinya sendiri (Effendi, 2003: 57).

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Komunikasi disini merujuk pada proses pengolahan dan

pembentukan informasi melalui sistem syaraf dan otak manusia sehubungan dengan adanya stimulus yang ditangkap melalui panca indera. Jalan proses komunikasi intrapribadi menurut Barnlund dapat digambarkan dengan menjelaskan bahwa pada dasarnya tingkah laku nonverbal seseorang, apakah bervalensi positif, netral, negatif dipengaruhi oleh isyarat-isyarat dan publik yang dialami atau yang sampai pada dirinya. Dalam kenyataannya, seseorang tentu saja akan mengalami berbagai isyarat (baik pribadi maupun publik) yang bervalensi positif, netral, maupun negatif. Namun menurut model Barnlund ini, semua isyarat ini telah didecode, atau membentuk encode suatu isyarat laku nonverbal tertentu (positif, netral atau negatif) (Fajar, 2009:93).

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri individu, atau dengan kata lain proses komunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap suatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya. Objek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang mengandung arti bagi manusia baik yang terjadi di luar maupun yang terjadi dalam diri seseorang. Objek yang diamati mengalami proses perkembangan dalam pikiran manusia setelah mendapat rangsangan dari panca indera yang dimilikinya. Hasil kerja dari proses pikiran tadi setelah dievaluasi pada gilirannya akan memberi pengaruh pada pengetahuan, sikap dan perilaku seseorang (Cangara, 2005: 30)

*Intra-personal communication* adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Yang jadi pusat perhatian adalah bagaimana jalannya

proses pengolahan informasi yang dialami seseorang melalui sistem syaraf dan inderanya. Teori komunikasi intra-pribadi umumnya membahas mengenai proses pemahaman, ingatan, dan interpretasi terhadap simbol-simbol yang ditangkap melalui panca indera (Bungin, 2008: 252).

Jadi komunikasi *Intrapersonal* adalah suatu proses dialog yang berlangsung di dalam diri individu yang melibatkan kemampuan intelektual dan emosional terhadap suatu informasi yang dibicarakan. Dengan menjadikan individu sebagai komunikator sekaligus komunikan dalam proses berdialog, memberikan kemampuan pada individu tersebut untuk lebih mengenal dirinya sendiri. Komunikasi intrapersonal sangat dibutuhkan oleh individu dalam mengambil semua keputusan dalam segala hal khususnya mengenai jalan hidup yang ingin dijalani sebelum membicarakannya dengan orang lain. Ini dikarenakan, dengan lebih mengenal diri kita, kita akan lebih mudah mengetahui apa yang kita inginkan sesuai dengan apa yang sudah kita konsepkan dalam diri kita.

#### a. Proses Komunikasi Intrapersonal

Adapun proses komunikasi intrapersonal antara lain sebagai berikut (Rakhmat, 2007)

##### i. Sensasi

Sensasi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi atau proses menangkap

stimuli yang diterima oleh sensor atau alat indera kita. Melalui alat indra, manusia dapat memahami kualitas fisik lingkungannya.

ii. Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan atau proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru.

iii. Memori

Memori adalah sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya atau merupakan proses menyimpan informasi dan memanggilnya kembali. Memori melibatkan tiga proses yaitu perekaman (*encoding*), penyimpanan (*storage*) dan pemanggilan (*retrieval*).

iv. Berfikir

Berfikir adalah proses keempat yang mempengaruhi penafsiran kita terhadap stimuli atau mengolah dan memanipulasikan informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan respons. Seseorang individu berfikir dengan tujuan untuk mengambil keputusan (*decision making*), memecahkan masalah (*problem solving*) dan menghasilkan yang baru (*creativity*).

Sebagai makhluk rohani, kita memiliki kemampuan untuk merefleksikan diri sendiri. Kita dapat membuat pemisahan antara diri kita sebagai subjek dan objek. Karena itu, kita dapat mengadakan komunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi inilah yang kita sebut komunikasi intrapersonal. Sementara itu, manusia merupakan makhluk rohani yang dianugerahi daya cipta, karsa dan rasa. Oleh daya cipta manusia mempunyai daya pikir, akal dan imajinasi. Daya karsa membuat manusia mempunyai dorongan dan motivasi untuk mengejar dan mencapai sesuatu yang dianggap baik. Adapun beberapa hal yang dapat dilakukan manusia dalam mendayagunakan daya kesadaran dirinya antara lain (Hardjana, 2003:50):

Pertama, untuk bermeditasi atau merenung. Meditasi adalah kegiatan mental terstruktur, dilakukan selama jangka waktu tertentu, untuk menganalisis, menarik kesimpulan dan mengambil langkah-langkah lebih lanjut untuk menyikapi, menentukan tindakan atau penyelesaian masalah pribadi, hidup dan perilaku.

Kedua, untuk mendengarkan hati nurani yang bertujuan mempertajam kesadaran moral. Hati nurani adalah kesadaran akan baik atau buruknya secara moral perbuatan-perbuatan konkret kita. Sebagai kesadaran, hati nurani tidak hanya tahu bahwa perbuatan yang telah kita lakukan di tempat, waktu dan situasi tertentu baik atau buruk secara moral, tetapi juga bersikap terhadap perbuatan-perbuatan konkret kita. Hati nurani juga menilai perbuatan yang akan kita lakukan. Terhadap perbuatan yang akan kita lakukan hati nurani

akan bereaksi. Jika perbuatan itu baik secara moral, maka hati nurani menganjurkan tetapi jika buruk secara moral maka hati nurani akan melarang.

Ketiga, kehendak bebas untuk menentukan diri. Manusia memiliki kebebasan psikologis yang bisa disebut kehendak bebas. Dengan kebebasan psikologis kita dapat memilih dan menentukan sikap serta tindakan yang akan kita ambil. Bukan seperti makhluk-makhluk dari dunia lain, kita sebagai manusia tidak hidup berdasarkan naluri. Artinya, bila kita menghadapi stimulus atau rangsangan dari luar, kita tidak secara otomatis menanggapi dengan langsung memberi reaksi atau respons. Kita dapat mengambil sikap dan tindakan yang tepat. Kita akan menanggapi berdasarkan penilaian cocok-tidaknya, pantas-tidaknya, baik-buruknya dan untung-ruginya. Jadi, kita mempunyai kehendak bebas dalam menghadapi rangsangan dan kita pun dapat mendayagunakannya. Kita mempunyai kemampuan untuk menentukan pilihan tindakan dan memiliki cara yang kita gunakan untuk melaksanakan tindakan yang sudah kita pilih itu.

Keempat, untuk imajinasi kreatif untuk merancang hidup di masa depan. Imajinasi kreatif merupakan daya manusia untuk mereka-reka hal yang belum ada, membayangkan hal yang baru, dan menggambarkan hal dari dunia asing, dunia antah-berantah. Daya imajinasi kreatif dapat digunakan sekedar untuk berkhayal, melamun atau berfantasi, terbatas di angan-angan dan tetap diangan-angan dan tidak akan diwujudkan atau terwujud. Tetapi daya itu juga dapat digunakan untuk membayangkan sesuatu yang belum ada, sesuatu yang

baru untuk diwujudkan. Kemampuan berimajinasi itu dapat digunakan untuk berkomunikasi intrapersonal guna mengubah diri dan hidup kita.

b. Fungsi komunikasi intrapersonal

Komunikasi intrapersonal memiliki beberapa fungsi, yaitu:

i. Kesadaran Diri

Komunikasi intrapersonal memungkinkan orang untuk menyadari setiap aspek kepribadian mereka sendiri. Dengan introspeksi, orang akan menjadi sadar akan kualitas yang membantu membentuk kepribadiannya yang pada gilirannya membuat sadar akan motivasi, aspirasi, dan harapannya kepada dunia. Jika pemahaman diri seseorang mutlak, akan membantu mengkomunikasikan keinginan dan kebutuhannya kepada orang lain dengan mudah.

ii. Rasa Percaya Diri

Sadar diri membuat seseorang merasa aman dan meningkatkan kepercayaan diri.

iii. Manajemen Diri

Fakta bahwa seseorang sadar akan kekuatan dan kekurangan yang dimilikinya, ia melengkapi dirinya untuk mengelola urusan sehari-hari secara efisien dengan menggunakan kekuatannya secara maksimal yang pada gilirannya mengkompensasi kelemahannya.

iv. Terfokus

Kualitas motivasi diri dan manajemen diri akan membantu mengembangkan konsentrasi yang lebih dalam mengarahkan fokusnya pada tugas yang ada.

v. Kemandirian

Kesadaran diri memungkinkan orang untuk mandiri

vi. Kemampuan Beradaptasi

Orang akan sangat mudah beradaptasi dengan lingkungannya karena pengetahuan tentang kualitasnya sendiri memungkinkannya untuk percaya diri dan dengan tenang mengambil keputusan dan mengubah pendekatannya sesuai dengan respon terhadap stimulus situasional.

Proses pemindahan (*transfer*) atau pertukaran (*exchange*) informasi dalam bentuk verbal maupun non verbal disebut dengan komunikasi. Menurut Rakhmat (2011) komunikasi tidak dapat terlepas dari suatu proses penyampaian pesan baik pesan tersebut disampaikan secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi juga dapat dipastikan berisi informasi dari seseorang yang biasa disebut dengan komunikator. Informasi yang dikemukakan berasal dari pikiran atau ide yang kemudian dikemas dan menjadi sikap tertentu. Individu yang menerima pesan disebut komunikan, dan pada akhirnya ia akan memberikan umpan balik.

Menurut Hardjana (2003), komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar 2 orang atau beberapa orang, dimana pengirim pesan dapat menyampaikan pesan dengan langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.

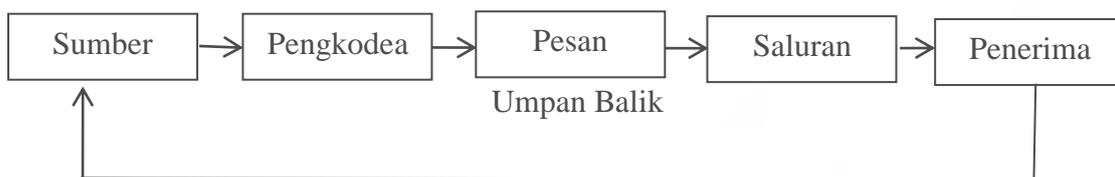
Komunikasi yang dilakukan satu orang dengan lainnya dinamakan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal sangatlah penting dan tidak dapat dihindari dari kehidupan manusia. Adanya komunikasi interpersonal dapat membuat karyawan memahami apa yang menjadi tugasnya, mengemukakan ide sekaligus berdiskusi dengan karyawan lainnya. Kesulitan kerja yang dialami oleh karyawan dapat juga didiskusikan dengan atasan sehingga atasan dapat memberikan masehat masukan untuk kemajuan karyawan (DeVitu, 2011).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kemampuan komunikasi interpersonal merupakan kemampuan memproses penyampaian pesan, informasi, pikiran, sikap tertentu dari individu kepada individu lainnya.

#### a. Model Proses Komunikasi

Tujuh bagian dari model proses komunikasi yaitu: sumber komunikasi. Pengkodean, pesan, saluran, penerima, dan umpan balik (Rakhmat, 2011).

Tabel 2.1 Model Proses Komunikasi Inerpersonal (Robbins, 2011)



Keterangan dari gambar tersebut sebagai berikut:

i. Sumber

Sumber mengawali suatu pesan dengan pengkodean suatu pikiran.

ii. Pengkodean

Empat kondisi yang mempengaruhi pesan dalam kode adalah: keterampilan, sikap, pengetahuan, dan sistem sosial-budaya. Komunikator harus mengetahui siapa yang ingin dicapai serta tanggapan apa yang diinginkan. Individu mempertahankan gagasan-gagasan mengenai sejumlah topik, dan komunikasi dipengaruhi oleh sikap tersebut. Komunikator dapat mengkomunikasikan apa yang tidak diketahuinya. Seandainya pengetahuannya terlalu meluas, mungkin penerima atau komunikasi tidak akan memahami pesan tersebut.

iii. Pesan

Pesan merupakan suatu produk fisik yang sebenarnya dari pengkodean sumber. Apabila individu berbicara, pembicara itulah pesan, bila menulis, tulisan itulah pesan. Apabila kita melakukan gerakan isyarat (*gesture*), gerakan lengan, ungkapan pada wajah hal itu adalah pesan. Hal yang mempengaruhi pesan adalah kode atau kelompok simbol yang digunakan

untuk mentransfer makna, isi dari pesan, dan keputusan yang di ambil dalam memilih dan menata balik kode maupun isi.

iv. Saluran

Saluran adalah medium pesan tersebut berjalan. Medium dipilih oleh sumber, secara formal maupun non formal. Saluran formal ditetapkan oleh organisasi. Saluran tersebut yang meneruskan pesan mengenai kegiatan anggota yang bertalian dengan pekerjaan. Bentuk pesan lain, seperti pesan sosial atau pribadi mengikuti saluran informal dalam organisasi tersebut.

v. Penerima

Penerima merupakan sasaran dari pesan yang disampaikan. Sebelum pesan dapat diterima, simbol-simbol harus diterjemahkan ke dalam suatu ragam yang dapat dipahami oleh komunikan. Hal tersebut disebut dengan pengkodean pesan. Pengetahuan, sikap, dan latar belakang budaya seseorang tidak hanya mempengaruhi kemampuan seseorang untuk menerima melainkan juga mempengaruhi kemampuan seseorang untuk mengirim pesan.

vi. Umpan Balik

Umpan balik merupakan pengecekan sukses atau tidaknya komunikator dalam menyampaikan pesannya kepada komunikan. Komunikasi dikatakan memiliki umpan balik positif apabila komunikasn mengikuti apa yang diinginkan oleh komunikator.

Tubbs dan Moss (2001) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih. Pandangan transaksional menekankan bahwa komunikasi interpersonal umumnya berupaya untuk menciptakan suatu hubungan dan setiap manusia membutuhkan komunikasi untuk dapat melakukan perubahan dalam hidupnya.

a. Aspek-aspek Komunikasi Interpersonal

Komunikasi merupakan hal yang tidak dapat terelakan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut De Vito (2011) agar komunikasi interpersonal berlangsung dengan efektif, maka ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh para pelaku komunikasi interpersonal. Aspek-aspek tersebut adalah sebagai berikut:

i. Keterbukaan (*openness*)

Keterbukaan dapat dipahami sebagai keinginan untuk membuka diri dalam rangka berinteraksi dengan orang lain. Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal, yaitu: komunikator harus terbuka pada komunikan demikian juga sebaliknya, kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang, serta mengakui perasaan, pikiran serta mempertanggungjawabkannya (DeVito, 2001).

Rakhmat (2011) menjelaskan bahwa keterbukaan yang dimiliki oleh individu dapat membuat individu tersebut merasa nyaman saat berinteraksi dengan individu lain. Hal ini karena saat keterbukaan dilakukan, maka individu tersebut dapat menjadi dirinya sendiri dengan memberikan respon

secara apa adanya sesuai dengan apa yang dirasakan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa keterbukaan memiliki indikator yaitu bercerita apa adanya tanpa ada yang ditutupi, secara jujur memberikan respon terhadap stimulus yang ada.

Pimpinan harus bersikap terbuka.pada sebuah usaha hubungan interpersonal memainkan peran penting dalam sehari-hari. Hubungan interpersonal mampu memberi dorongan kepada orang tertentu yang berhubungan dengan perasaan, pemahaman informasi, dukungan, dan berbagai bentuk komunikasi yang mempengaruhi citra diri orang serta membantu orang untuk memahami harapan-harapan orang lain. *Self disclosure* atau pengungkapan diri adalah kemampuan untuk mengatakan apa yang menjadi kekhawatiran dan keinginan yang paling dalam kepada orang lain. Hal ini dapat efektif disampaikan jika ada kesediaan dari diri sendiri untuk menerima orang lain apa adanya, dan ada kemampuan mendengarkan orang lain.

Keterbukaan merupakan proses pengungkapan diri yang telah lama menjadi fokus penelitian dan teori komunikasi mengenai hubungan, merupakan proses mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain dan sebaliknya. Jourard menandai sehat atau tidaknya komunikasi pribadi dengan melihat keterbukaan yang terjadi di dalam komunikasi (Rakhmat, 2011).

Apabila komunikasi antara dua orang berlangsung dengan baik maka akan terjadi *disclosure* yang mendorong informasi mengenai diri masing-masing ke dalam keterbukaan. Meskipun *self disclosure* mendorong adanya keterbukaan,

namun keterbukaan itu sendiri ada batasnya. Pengungkapan diri diperlukan untuk mencapai saling pengertian yang timbal balik dalam sebuah hubungan interpersonal yang lebih efektif dan produktif.

ii. Empati (*emphaty*)

Berempati menurut Rakhmat (2011) berarti membayangkan diri sendiri pada posisi individu lain. Individu yang berempati berarti berusaha melihat seperti yang individu lain lihat serta merasakan seperti yang individu lain rasakan. Saat berkomunikasi apabila individu memiliki empati yang tinggi pasti mampu menentukan sikapnya dengan baik. Kondisi ini membuat nyaman individu lain yang sedang berkomunikasi dengannya.

Empati adalah kemampuan untuk merasakan hal-hal yang dirasakan orang lain. Hal ini termasuk salah satu cara untuk melakukan pemahaman terhadap orang lain. Langkah pertama dalam mencapai empati adalah menahan godaan untuk mengevaluasi, menilai, menafsirkan, dan mengkritik. Langkah kedua dengan mencoba mengerti alasan yang membuat orang itu memiliki perasaan tersebut. Ketiga, mencoba merasakan apa yang sedang dirasakan orang lain dari sudut pandangnya. Empati dapat dikomunikasikan secara verbal ataupun nonverbal.

Apabila seorang pengusaha memiliki empati yang tinggi maka dapat memahami permasalahan dan kesulitan yang dialami individu lain. Hal ini membuat seorang pengusaha tidak mudah meremehkan apa yang dilakukan

karyawannya. Sikap empati yang ditunjukkan atasan akan membuat karyawan tidak merasa atasan menyalahkannya serta mau mengerti perasaan bawahan. Kondisi ini pada akhirnya membuat karyawan merasa senang untuk terus berkomunikasi dengan atasan serta mau memahami informasi yang atasan sampaikan.

### iii. Sikap Mendukung

Sikap suportif adalah memberikan dukungan secara penuh kepada individu lain. Lawan dari sikap mendukung adalah sikap yang tidak mendukung atau defensif. Sikap suportif akan mengurangi sikap defensif dalam komunikasi. Individu akan bersikap defensif apabila dirinya tidak menerima dan tidak jujur. Sikap mendukung akan memberikan kenyamanan pada individu lain dan pada akhirnya membuat komunikasi berjalan dengan baik.

Adanya sikap defensif komunikasi interpersonal dapat membuat kegagalan dalam komunikasi. Individu yang defensif cenderung akan merasa terancam dengan adanya komunikasi. Artinya individu tersebut akan lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapinya dalam situasi komunikasi daripada memahami pesan yang ada. Komunikasi defensif dapat terjadi karena faktor-faktor personal yang meliputi ketakutan, kecemasan, harga diri yang rendah, pengalaman defensif dan sebagainya serta faktor-faktor situasional.

Sikap mendukung meliputi tiga hal. Pertama, *descriptiveness* yang dipahami sebagai lingkungan yang tidak dievaluasi. Lingkungan ini menjadikan orang bebas dalam mengucapkan perasaannya. Tidak defensif

sehingga orang tidak malu dalam mengungkapkan perasaannya dan orang tidak akan merasa bahwa dirinya dijadikan bahan kritikan terus menerus. Kedua, *spontaneity* dipahami sebagai kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara spontan dan mempunyai pandangan yang berorientasi ke depan, yang mempunyai sikap terbuka dalam menyampaikan pemikirannya. Ketiga, *provesionalism* dipahami sebagai kemampuan untuk berpikir secara terbuka (*open minded*)

iv. Sikap Positif

Sikap positif dalam komunikasi intrapersonal adalah kemampuan seseorang dalam memandang dirinya secara positif dan menghargai orang lain. Sikap positif tidak dapat lepas dari upaya mendorong menghargai keberadaan serta pentingnya orang lain. Dorongan positif terdiri atas perilaku yang biasanya diharapkan.

Sikap positif berkaitan dengan kemampuan individu menerima keberadaan individu lain. Menerima menurut Rakhmat (2011) adalah kemampuan yang berhubungan dengan individu lain yang tanpa menilai dan tanpa berusaha mengendalikan. Menerima berarti menunjukkan sikap melihat individu lain sebagai manusia yang patut dihargai. Menerima bukan berarti menyetujui semua perilaku individu lain atau rela menanggung akibat-akibat dari individu lain tersebut. Menerima berarti betapapun jeleknya perilaku individu lain atau rela menanggung akibat-akibat dari individu lain tersebut. Menerima berarti

betapapun jeleknya perilaku individu lain menurut persepsi yang dimiliki namun tetap mau berkomunikasi dengan baik.

Sikap positif yang ditunjukkan dengan menerima keberadaan individu lain secara apa adanya merupakan hal yang unik. Apabila individu tidak menunjukkan sikap positif maka dirinya akan mengkritik, mengecam, atau selalu menilai individu lain. Kondisi ini pada akhirnya memberikan ketidaknyamanan dalam komunikasi interpersonal.

Seorang pengusaha yang memiliki sikap positif, tidak akan segan-segan untuk memberikan pujian atau penghargaan. Contohnya saja ada karyawan yang terlambat makan pemimpin menyanyikan dengan baik penyebab keterlambatannya. Apabila besoknya karyawan sudah tidak terlambat lagi maka selayaknya atasan memuji. Pujian yang diberikan tentu akan membuat karyawan merasa senang karena usahanya untuk tidak terlambat telah dihargai oleh atasan dan perubahannya menuju hal yang baik dianggap bawahan membuat atasan memperhatikannya.

v. Kesetaraan (*equality*)

Komunikasi interpersonal akan efektif apabila suasananya setara. Artinya, harus komunikator harus menganggap komunikannya sebagai individu yang sederajat dengannya sehingga menghargai keberadaan komunikan. Kesetaraan dalam suatu komunikasi akan menjadikan suasana komunikasi yang akrab, sebab dengan tercapainya kesamaan dapat berinteraksi dengan nyaman. Apabila didalam suatu hubungan interpersonal terdapat kesetaraan, maka

meskipun dalam proses komunikasi terdapat ketidaksepakatan atau perbedaan pandangan maka hal itu dipandang sebagai upaya untuk lebih memahami perbedaan. Kondisi tersebut tidak untuk menjatuhkan pihak lain. Kesetaraan tidak berarti menerima semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain melainkan memberikan “penghargaan positif tak bersyarat”.

b. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Interpersonal

i. Fungsi Komunikasi Interpersonal

Fungsi utama komunikasi adalah mengendalikan lingkungan guna memperoleh imbalan-imbalan tertentu berupa fisik, ekonomi, dan sosial Miller dan Steinberg (Budyatna, 2011:27). keberhasilan yang relatif dalam melakukan pengendalian lingkungan melalui komunikasi menambah kemungkinan menjadi bahagian, kehidupan pribadi yang lebih produktif.

ii. Tujuan Komunikasi Inrapersonal

Komunikasi intrapersonal dapat dipergunakan untuk berbagai tujuan. Ada enam tujuan komunikasi interpersonal menurut Widjaja (2000: 122) yaitu:

- a. Mengenal diri sendiri dan orang lain
- b. Mengetahui dunia luar
- c. Menciptakan dan memelihara hubungan
- d. Mengubah sikap dan perilaku
- e. Bermain dan mencari hiburan

f. Membantu orang lain.

c. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal

Rakhmat (2009) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal adalah:

1. Persepsi Interpersonal

Persepsi seseorang seringkali tidak cermat, bila kedua belah pihak menanggapi yang lain secara tidak cermat, terjadilah kegagalan komunikasi. Kegagalan komunikasi ini dapat diperbaiki bila orang menyadari bahwa persepsinya mungkin salah. Komunikasi interpersonal kita akan menjadi lebih baik bila kita mengetahui bahwa persepsi kita bersifat subyektif dan cenderung keliru.

3. Konsep Diri

Konsep diri adalah kumpulan keyakinan dan persepsi diri mengenai diri sendiri yang terorganisir. Diri memberikan kerangka berfikir yang menentukan bagaimana kita mengolah informasi tentang diri kita sendiri, termasuk motivasi, keadaan emosional, evaluasi diri, kemampuan dan banyak hal lainnya (Baron dan Byrne, 2005: 165). menurut Stuart dan Sunden (1998) konsep diri adalah semua ide, pikiran, kepercayaan dan pendirian yang diketahui individu tentang dirinya dan mempengaruhi individu dalam berhubungan dengan orang lain.

Konsep diri mempengaruhi perilaku komunikasi kita karena konsep diri mempengaruhi kepada pesan apa anda bersedia membuka diri, bagaimana kita mempersepsi pesan itu, dan apa yang kita ingat (Rakhmat, 2005: 109). Untuk mengetahui seperti apa bentuk pengetahuan diri kita? Bagaimana keyakinan kita tentang diri kita dipresentasikan secara kognitif? Diperlukan suatu konsep skema. Skema adalah struktur kognisi tentang beberapa konsep atau stimuli yang terorganisir. Selain punya skema tentang sifat orang lain dan kejadian, seseorang juga punya skema tentang dirinya sendiri. *Self-schemas* (skema diri) mendeskripsikan dimensi-dimensi diri anda. Orang punya skema tentang dimensi yang penting bagi mereka, sebagai dasar pemikiran dan keyakinan (Taylor, 2009: 131). skema diri mungkin jauh lebih kompleks dan detail daripada yang dapat digali melalui pertanyaan tentang siapakah anda. Hal ini terjadi atas dasar beberapa kemungkinan. Lebih dari sekedar kerangka berfikir, sebuah skema diri akan mencakup pengalaman masa lalu anda, pengetahuan detail anda tentang bagaimanakah anda sekarang berbeda dengan anda yang dulu, dan harapan anda terhadap perubahan yang akan anda lakukan di masa depan. Dengan kata lain skema diri adalah rangkuman dari semua yang dapat diingat oleh seseorang, pengetahuannya, dan imajinasinya tentang diri sendiri. Sebuah skema diri juga memainkan peran dalam memandu tingkah laku (Baron dan Byrne: 166).

Selain membahas tentang skema diri dalam menentukan seperti apa konsep diri kita, kita juga membutuhkan pemahaman yang konsisten tentang diri kita, hampir semua orang punya kebutuhan untuk melihat dirinya sebagai

sosok yang konsisten. Diri kita tentu tidak akan berubah secara dramatis dari satu situasi ke situasi lainnya; kita perlu yakin bahwa kita punya kualitas intrinsik yang relatif stabil dari waktu ke waktu (Swann. 1983). Orang mencari tahu tentang situasi dan menginterpretasikan prilakunya dengan cara yang sesuai dengan konsep dirinya yang sudah ada, dan mereka menghindari atau menolak situasi yang bertentangan dengan konsep diri yang sudah ada. Proses ini dinamakan *self-verification* (verifikasi diri) (Taylor dkk, 2009: 139).

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsep diri antara lain (Rakhmat, 2005: 101):

i. Orang lain

Kita mengenal diri kita dengan mengenal orang lain lebih dahulu. Bagaimana anda menilai diri saya, akan membentuk konsep diri saya. Harry Stack Sullivan (1953) menjelaskan bahwa jika kita diterima orang lain, dihormati dan disenangi karena keadaan diri kita, kita akan cenderung bersikap menghormati dan menerima diri kita. Sebaliknya, bila orang lain selalu meremehkan kita, menyalahkan kita dan menolak kita, kita akan cenderung tidak akan menyenangi diri kita.

ii. Kelompok Rujukan (*reference Group*)

Dalam pergaulan bermasyarakat, kita pasti menjadi anggota berbagai kelompok: RT, persatuan Bulutangkis, ikatan warga, atau ikatan sarjana Komunikasi. Setiap kelompok mempunyai norma-norma tertentu. Ada kelompok yang secara emosional mengikat kita, dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Ini disebut kelompok rujukan. Dengan melihat kelompok ini, orang yang mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompoknya.

Pengetahuan tentang diri akan meningkatkan komunikasi dan pada saat yang sama, berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri kita. Dengan membuka diri, konsep diri menjadi lebih dekat dengan kenyataan. Bila konsep diri sesuai dengan pengalaman kita, kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman-pengalaman dan gagasan-gagasan, lebih cenderung menghindari sikap *defensif*, dan lebih cermat memandang diri kita dan orang lain. Konsep diri mempengaruhi perilaku komunikasi kita karena konsep diri mempengaruhi kepada pesan apa anda bersedia membuka diri, bagaimana kita mempersepsikan pesan itu, dan apa yang kita ingat (Rakhmat, 2005: 109).

Dalam komunikasi dengan orang lain, kita dan orang lain saling mempengaruhi. Orang lain dapat mempengaruhi hasil, proses, dan jalannya komunikasi. Tetapi pengaruh kunci ada pada diri kita yang mengadakan komunikasi dengan orang lain. Karena apa yang kita sampaikan, bagaimana kita mengemasnya, dan bagaimana kita menyampaikannya ditentukan oleh diri kita sendiri. Dari pihak kita, salah satu hal yang amat mempengaruhi

komunikasi kita dengan orang lain dan berdampak pada keberhasilannya adalah konsep diri (*self-concept*) kita.

b. Konsep diri positif dan konsep diri negatif

Menurut William D. Brooks dan Philip Emmert dalam (Rakhmat, 2005:105) ada lima tanda orang yang memiliki konsep diri negatif yaitu:

- i. Peka terhadap kritik. Kurangnya kemampuan untuk menerima kritik dari orang lain sebagai proses refleksi diri.
- ii. Bersikap responsif terhadap pujian. Bersikap yang berlebihan terhadap tindakan yang telah dilakukan, sehingga merasa segala tindakannya perlu mendapatkan penghargaan.
- iii. Cenderung merasa tidak disukai orang lain. Perasaan subyektif bahwa setiap orang lain disekitarnya memandang dirinya dengan negatif.
- iv. Mempunyai sikap hiperkritik. Suka melakukan kritik negatif secara berlebihan terhadap orang lain.
- v. Mengalami hambatan dalam interaksi dengan lingkungan sosialnya. Merasa kurang mampu dalam berinteraksi dengan orang lain.

Sedangkan orang yang memiliki konsep diri positif ditandai dengan lima hal yaitu dalam (Rakhmat, 2005: 105):

- i. Merasa mampu mengatasi masalah. Pemahaman diri terhadap kemampuan subyektif untuk mengatasi persoalan-persoalan obyektif yang dihadapi.
- ii. Merasa setara dengan orang lain. Pemahaman bahwa manusia dilahirkan tidak dengan membawa pengetahuan dan kekayaan. Pengetahuan dan kekayaan didapat dari proses belajar dan bekerja sepanjang hidup. Pemahaman tersebut menyebabkan individu tidak merasa lebih atau kurang terhadap orang lain.
- iii. Menerima pujian tanpa rasa malu. Pemahaman terhadap pujian atau penghargaan layak diberikan terhadap individu berdasarkan dari hasil apa yang telah dikerjakan sebelumnya.
- iv. Menyadari bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan prilaku yang tidak seluruhnya disetujui masyarakat.
- v. Merasa mampu memperbaiki diri. Kemampuan untuk melakukan proses refleksi diri untuk memperbaiki prilaku yang dianggap kurang.

Konsep diri adalah dari bagaimana kita melihat diri kita, merasai diri kita yang menginginkan diri kita. Dalam konsep diri itu tercakup 3 hal yaitu (Hardjana, 2003:96):

Pertama, gambaran diri (*self-image*) kita. Gambaran ini adalah gambaran yang kita bentuk dari pemikiran kita berdasarkan peran hidup yang kita pegang, watak, kemampuan dan kecakapan, dan lain-lain. Gambaran diri

kita dapat positif dan negatif. Citra diri adalah sikap atau cara pandang seseorang terhadap tubuhnya secara sadar dan tidak sadar. Sikap ini mencakup persepsi dan perasaan, tentang ukuran, bentuk, fungsi penampilan dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu yang secara berkesinambungan dimodifikasi dengan pengalaman baru setiap individu (Stuart and Sundeen, 1998). citra diri sering dikaitkan dengan karakteristik-karakteristik fisik termasuk didalamnya penampilan seseorang secara umum, ukuran tubuh, cara berpakaian, model rambut dan pemakaian kosmetik (Burns, 1993).

Kedua, penilaian diri (*self-evaluation*). penilaian diri adalah penilaian atas 'harga' kita. Jika kita menilai tinggi diri sendiri, maka kita akan mendapatkan harga diri (*self-esteem*) yang tinggi pula. Jika kita menilai rendah, maka kita akan mendapat harga diri yang rendah. *Self-esteem* merupakan penilaian pribadi terhadap hasil yang dicapai dengan menganalisa seberapa jauh perilaku memenuhi ideal diri. Frekuensi pencapaian tujuan akan menghasilkan harga diri yang rendah atau harga diri yang tinggi (Stuart and Sundeen, 1998).

Ketiga, kita mempunyai cita-cita diri (*self-ideal*). kita pasti mempunyai cita-cita ingin menjadi seseorang seperti yang kita inginkan di kemudian hari tanpa memperhatikan apakah kita mempunyai gambaran diri positif atau negatif dan harga diri yang tinggi atau rendah. *Self-ideal* adalah persepsi individu tentang bagaimana ia harus berperilaku berdasarkan standar, aspirasi, tujuan, atau penilaian personal tertentu. Standar tersebut dapat berhubungan

dengan tipe orang yang akan diinginkan atau sejumlah aspirasi cita-cita, nilai yang ingin dicapai.

c. Aspek-aspek konsep diri

Menurut Fitts dalam (Nashori, 2000: 31) menyatakan bahwa ada lima aspek kategori umum dalam konsep diri antara lain:

- i. Konsep diri fisik, yaitu cara seseorang dalam memandang dirinya dari sudut pandang fisik, kesehatan, penampilan keluar dan gerak motoriknya. Konsep diri seseorang dianggap positif apabila ia memiliki pandangan yang positif terhadap kondisi fisiknya, penampilannya, kondisi kesehatannya, kulitnya, tampan atau cantiknya, serta ukuran tubuh ideal. Dianggap sebagai konsep diri yang negatif apabila ia memandang rendah atau memandang sebelah mata kondisi yang melekat pada fisiknya, penampilannya, kondisi kesehatannya, kulitnya, tampan atau cantiknya, serta ukuran tubuh yang ideal.
- ii. Konsep diri pribadi, yaitu cara seseorang dalam menilai kemampuannya yang ada pada dirinya dan menggambarkan identitas dirinya. Konsep diri seseorang dapat dianggap positif apabila ia memandang dirinya sebagai pribadi yang penuh kebahagiaan, memiliki optimisme dalam menjalani hidup, mampu mengontrol diri sendiri dan sarat akan potensi. Dapat dianggap konsep diri yang negatif apabila ia memandang dirinya sebagai individu yang tidak pernah (jarang)

merasakan kebahagiaan, pesimis dalam menjalani hidup, kurang memiliki kontrol terhadap dirinya sendiri dan potensi diri yang tidak ditumbuh kembangkan secara optimal.

iii. Konsep diri sosial, yaitu persepsi, pikiran, perasaan dan evaluasi seseorang terhadap kecenderungan sosial yang ada pada dirinya sendiri, berkaitan dengan kapasitasnya dalam berhubungan dengan dunia diluar dirinya, perasaan mampu dan berharga dalam lingkup interaksi sosialnya. Konsep diri dapat dianggap positif apabila ia merasa sebagai pribadi yang hangat, penuh keramahan, memiliki minat terhadap orang lain, memiliki sikap empati, supel, merasa diperhatikan, memiliki sikap tenggang rasa, peduli akan nasib orang lain, dan aktif dalam berbagai kegiatan sosial dilingkungannya. Dapat dianggap konsep diri yang negatif apabila ia merasa tidak berminat dengan keberadaan orang lain, acuh tak acuh, tidak memiliki empati pada orang lain, tidak (kurang) ramah, kurang peduli terhadap perasaan dan nasib orang lain dan jarang atau bahkan tidak pernah melibatkan diri dalam aktivitas-aktivitas sosial.

iv. Konsep diri moral etik, konsep diri berarti pandangan, pikiran, perasaan dan penilaian remaja terhadap moralitas diri sendiri. Konsep ini berkaitan dengan nilai dan prinsip yang berarti memberi arti dan arah bagi seseorang. Seseorang digolongkan memiliki konsep diri moral etik positif apabila memandang dirinya sebagai orang yang berpegang teguh pada nilai-nilai etik moral. Sebaliknya digolongkan

memiliki konsep diri moral etik negatif apabila seseorang memandang dirinya sebagai orang yang menyimpang dari standar nilai moral yang seharusnya diikuti.

- v. Konsep diri keluarga, konsep ini berarti pandangan, pikiran, penilaian dan pikiran remaja terhadap keluarganya sendiri. Konsep diri keluarga berkaitan dengan keberadaan diri seseorang dalam keluarga. Seseorang digolongkan memiliki konsep diri keluarga positif apabila memandang dirinya mencintai dan dicintai keluarga, bahagia bersama keluarga. Sebaliknya jika digolongkan memiliki konsep diri keluarga negatif jika seseorang memandang dirinya sebagai orang yang tidak nyaman dalam situasi kekeluargaan, membenci keluarganya sendiri dan tidak pernah adanya dari keluarganya sendiri.

Konsep diri sangat berpengaruh pada komunikasi. Jika konsep diri positif, maka kita dibantu untuk dapat menjalani komunikasi dengan orang lain secara baik karena kita dapat berpikir, berperasaan, dan berperilaku wajar. Tetapi jika kita berkonsep diri negatif, maka hal itu dapat mengacaukan komunikasi kita dengan orang lain. Karena dengan konsep diri yang negatif, kita menjadi rendah diri, minder dan penakut. Orang yang berkonsep diri negatif tidak mampu merumuskan dan mengemas hal yang hendak dikomunikasikan dengan baik, tidak bisa menyampaikan pesan dengan cara dan sikap yang baik. Pesan yang tidak dikemas dan disampaikan dengan baik tentu saja tidak dapat sampai dengan baik, tidak dapat diterima dengan baik, dan tidak ditanggapi dengan baik pula (Hardjana, 2003: 96).

#### 4. Pengusaha Muda

Kewirausahaan sebagai kreasi dari memulai usaha baru (Simanjuntak et al., 2016). definisi ini menekankan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang mampu melihat peluang dan menciptakan manfaat dari peluang tersebut (Bagus, Satrya, & Suwandana, 2015). Proses kewirausahaan meliputi semua kegiatan dan tindakan untuk mengejar dan memanfaatkan peluang. Wirausaha adalah menggeluti usaha tidak sekedar ala kadarnya, akan tetapi dengan keberanian, kegigihan sehingga usahanya tumbuh dan bersahabat dengan ketidakpastian serta menjalankan usaha yang *real*, bukan spekulatif. Makna ini menegaskan bahwa keberhasilan dalam berwirausaha selalu dihadapkan pada kenyataan yang di masa depan belum tau dengan jelas apa sesungguhnya yang dihadapi, berbagai peluang dapat ditangkap dan hal inilah yang membutuhkan kemampuan melihat peluang kedepan (Suroto, 2016).

Kewirausahaan diakui sebagai suatu aspek bisnis yang menempati posisi penting untuk meningkatkan vitalitas dan pertumbuhan ekonomi negara. Mahasiswa dan lulusan perguruan tinggi, seringkali melihat bahwa pekerjaan di bidang kewirausahaan adalah sebagai suatu alternatif pilihan karir yang menarik, kewirausahaan dipandang sebagai representasi. Kebebasan, realisasi diri, dan lebih bergensi daripada pekerjaan sebagai karyawan pada suatu perusahaan/organisasi (Luthje, C., and Franke, 2003).

Potensi diri merupakan kemampuan, kekuatan, baik yang belum terwujud maupun yang telah terwujud, yang dimiliki seseorang, tetapi belum sepenuhnya terlihat atau dipergunakan secara maksimal (Bagus et al., 2015),

jadi kalau dihubungkan dengan kewirausahaan berarti kemampuan, kekuatan yang dimiliki seseorang dalam berusaha atau melakukan suatu usaha. Menurut (Bagus et al., 2015) secara umum potensi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Kemampuan dasar, seperti tingkat intelegensi, kemampuan abstraksi, logika dan daya tangkap.
2. Etos kerja, seperti ketekunan, ketelitian, efisiensi kerja dan daya tahan terhadap tekanan.
3. Kepribadian, yaitu pola menyeluruh semua kemampuan, perbuatan, serta kebiasaan seseorang, baik jasmaniah, rohaniah, emosional maupun sosial yang ditata dalam cara khas di bawah aneka pengaruh luar.

Mahasiswa dan lulusan perguruan tinggi, seringkali melihat bahwa pekerjaan di bidang kewirausahaan adalah sebagai suatu alternatif pilihan karir yang menarik. Kewirausahaan di pandang sebagai *representasi*. Kebebasan, realisasi diri, dan lebih bergensi dari pada pekerjaan sebagai karyawan pada suatu perusahaan/organisasi (Luthje, C., and Franke, 2003). jadi, kewirausahaan mencerminkan alternatif penanggulangan pengangguran suatu diskriminasi di pasar kerja, dan sebagai jalur pengentasan kemiskinan.

Potensi utama dalam membangun dan mengembangkan kewirausahaan yang berhasil bermula dari pendidikan dan pengalaman bisnis kecil-kecilan yang dimiliki oleh seseorang (Alma, 2009). dorongan membentuk wirausaha juga datang dari teman pergaulan, lingkungan keluarga, masyarakat, sahabat

dimana mereka dapat berdiskusi tentang ide dan masalah yang dihadapi serta cara mengatasinya. Menurut Zimmerer et al dalam (Bagus et al., 2015) mengatakan membuka dan menjalankan sebuah bisnis tidak memberi jaminan bahwa pengusaha akan menghasilkan cukup uang untuk hidup, tapi kesuksesan bisnis datang dari peluang untuk menggunakan potensi diri sepenuhnya.

Menumbuhkan jiwa wirausaha mahasiswa dimulai dari minat. Minat merupakan faktor utama yang tidak dimiliki oleh mahasiswa dalam bidang menghasilkan uang. Padahal dari segi manfaat dengan melakukan aktivitas dengan modal utamanya adalah berani, maka selain untuk kepentingan pribadi mahasiswa, juga untuk kepentingan negeri yang membuahkan kompetensi pribadi-pribadi yang bisa berkontribusi di dalam menanggulangi kemiskinan. Sebagian, ada yang antusias dan bersemangat mengikutinya, dan ada juga yang semangatnya hanya di mulut saja namun tidak di aplikasikan.

Di sisi lain ada yang bersemangat namun dengan alasan tidak memiliki bakat, dan yang lebih parah ada yang tidak tahu sama sekali. Banyak manfaat yang bisa diambil, terutama bagi mahasiswa tingkat akhir untuk mendapat modal dasar mendirikan usaha.

## **5. Teori-teori Komunikasi Intrapersonal**

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi internal dengan diri sendiri yang mendorong proses untuk membawa makna individual terhadap

beragamnya pesan. Terdapat 4 (empat) teori yang meneliti aspek komunikasi intrapersonal, yaitu:

a. Teori *Message Design Logic*

Pada umumnya setiap orang memiliki pemikiran yang berbeda tentang komunikasi. Karenanya, mereka akan membentuk berbagai jenis pesan yang berbeda. Terdapat 3 (tiga) logika perancangan pesan, yaitu:

1. *Expressive message logic*. Orang menggunakan pola ini dengan menitikberatkan pada ekspresi diri. Komunikasi dipandang sebagai pengiriman pemikiran dan perasaan seseorang kepada yang lain. Nilai-nilai seperti keterbukaan, kejujuran, dan kejelasan sangatlah penting. Komunikator seringkali memberikan sedikit perhatian pada koneksi dan kesesuaian.
2. *Conventional design logic*. Orang menggunakan pola ini karena melihat komunikasi sebagai sebuah aturan. Mereka menaruh perhatian pada kesesuaian dan melakukan hal yang benar.
3. *Rhetorical message design logic*. Seorang menggunakan pola ini karena melihat komunikasi sebagai cara untuk menciptakan situasi dan negosiasi beberapa tujuan. Mereka menaruh perhatian pada cara untuk menciptakan situasi dan negosiasi beberapa tujuan. Mereka menaruh perhatian pada fleksibilitas, kepuasan dan keterampilan komunikasi. Penggunaan pola ini ditujukan untuk menarik perhatian terhadap komunikasi yang dilakukan oleh orang lain sebagai usaha mengetahui sudut pandang orang lain.

b. Teori Akomodasi Komunikasi

Teori yang dikembangkan oleh Howard Giles dan kawan-kawan menyuguhkan sebuah *platform informative* untuk memahami perbedaan dan kesamaan budaya yang berkaitan dengan bahasa dan tutur kata. Teori akomodasi atau merubah perilaku komunikasi mereka dalam situasi yang berbeda. Teori ini berpendapat bahwa ketika berkomunikasi, orang berupaya untuk mengurangi atau meningkatkan perbedaan antara diri mereka sendiri dengan orang lain. Mereka akan melakukan hal-hal yaitu berkomunikasi seperti yang orang lain lakukan atau menampakkan perbedaan cara berkomunikasi.

c. Teori Pengurangan Ketidakpastian

Teori yang dirumuskan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese ini mencoba untuk menjelaskan dan memprediksi kapan, mengapa, dan bagaimana setiap individu menggunakan komunikasi untuk meminimalisasi keraguan mereka ketika berinteraksi dengan orang lain. Secara garis besar, terdapat 3 (tiga) asumsi yang digunakan dalam teori ini yaitu:

1. Tujuan utama komunikasi adalah untuk meminimalisasi ketidakpastian yang dimiliki manusia tentang sekitarnya.
2. Setiap individu mengalami ketidakpastian yang menyebabkan ketidaknyaman.
3. Komunikasi adalah alat untuk mengurangi ketidakpastian. Terdapat 2 (dua) macam ketidakpastian yaitu ketidakpastian perilaku dan ketidakpastian kognitif. Yang dimaksud dengan ketidakpastian perilaku adalah bagaimana untuk bertindak dengan sesuai. Sedangkan yang

dimaksud dengan ketidakpastian kognitif adalah bagaimana untuk berpikir tentang seseorang atau sesuatu.

d. Teori Pelanggaran Harapan

Teori pelanggaran harapan yang digagas oleh Judee Burgoon dan kawna-kawan –kawan ini menjelaskan berbagai perilaku orang ketika ruang pribadinya mengalami pelanggaran. Ruang pribadi dapat juga merujuk pada ruang psikologis dan ruang emosional. Sebagian besar inti teori pelanggaran harapan memiliki asumsi bahwa manusia memiliki kebutuhan untuk ruang pribadi dan afiliasi. Ketika kita menerima satu kebutuhan yang telah dikompromikan, teori ini memprediksi bahwa kita akan mencoba untuk melakukan sesuatu tentang hal itu. Kita dapat bergerak mendekat atau melawan. Terdapat 3 (tiga) konsep diri teori pelanggaran harapan yaitu:

1. Pengharapan merujuk pada apa yang diantisipasi oleh seorang individu dalam suatu situasi berdasarkan tiga faktor, yaitu konteks, hubungan, dan karakteristik komunikator.
2. Pelanggaran valensi yaitu evaluasi baik positif maupun negative yang dibuat tentang perilaku yang tidak kita antisipasi.
3. Komunikator menghargai valensi yaitu sebuah evaluasi yang dibuat tentang seseorang yang berkomitmen terhadap pelanggaran.

## B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah batasan pengertian yang dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan, misalnya penelitian (dalam

Widjono HS 2017:120). dan pengertian yang dapat dijabarkan sebagai batasan pengertian adalah :

1. Komunikasi itu merupakan proses dimana individu dalam hubungannya dengan orang lain, kelompok, organisasi atau masyarakat merespon dan menciptakan pesan untuk berhubungan dengan lingkungan dan orang lain.
2. Komunikasi intrapersonal merupakan komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, dengan kata lain proses komunikasi dengan diri sendiri.
3. Konsep diri adalah pandangan kita mengenai diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita.
4. Pengusaha muda merupakan seseorang dengan kemampuan memaksimalkan potensi yang ada dalam diri dan lingkungan untuk diolah menjadi produk barang dan jasa yang bisa dijual, akhirnya mampu memuaskan masyarakat luas.

### C. Penelitian Terdahulu

Sebagai pedoman dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian sebelumnya yang telah meneliti sesuatu yang berhubungan dengan penelitian ini.

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

No	Nama Penelitian	Judul / Tahun	Metode Yang Digunakan	Hasil Penelitian
1	Indry Permata Sari	Konsep Diri Pengendara Gojek Perempuan / 2019	Metode Penelitian Yang Digunakan Deskriptif Kualitatif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konsep diri pengendara gojek perempuan. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa pengendara Gojek perempuan di kota pekanbaru memiliki konsep diri yang

				positif dan memiliki karakter yang percaya diri, terbuka dan memiliki tipe kepribadian yang extrovert sehingga mampu membuka diri dan bergaul dengan banyak orang serta lingkungannya.
2	Rizka Armelia Suhatri	Konsep Diri Wirausahawan Muda (Analisis Kualitatif Kepercayaan Diri Wirausahawan Muda di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU)/2018	Metode Penelitian Yang Digunakan Deskriptif Kualitatif	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep diri dan kepercayaan diri wirausahawan muda di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi FISIP USU Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kelima informasi menilai dirinya sebagai seorang wirausahawan muda yang memiliki konsep diri positif sehingga timbul rasa percaya diri dari diri mereka.

Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu:

1. Indry Permata Sari

Persamaan dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaannya adalah lokasi, tempat penelitian dan objek penelitian, penulis membahas tentang komunikasi intrapersonal pengusaha muda (Studi pada Elda Susanti *Stick Mozzarella Pku by.el's*)

2. Rizka Armelia Suhatri

Persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaannya adalah penulis meneliti tentang Konsep Diri Pengusaha Muda (studi pada Elda Susanti *stick mozzarella Pku by.el's*).

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode Naratif. Dalam desain penelitian naratif, peneliti mendeskripsikan kehidupan individu, mengumpulkan, mengatakan cerita tentang kehidupan individu, dan menuliskan cerita atau riwayat pengalaman individu tertentu. Jelasnya, penelitian naratif berfokus pada kajian seseorang individu.

Penelitian naratif mengasumsikan berbagai macam bentuk, peneliti berencana melakukan sebuah penelitian naratif dengan tipe biografi. Biografi secara kualitatif merupakan studi pengalaman seorang individu yang diceritakan oleh peneliti atau ditemukan di berbagai dokumen atau arsip. Biografi merupakan riwayat hidup tokoh yang ditulis oleh orang lain baik tokoh itu masih hidup atau sudah meninggal.

Denzim dan Lincoln (1994) menulis bahwa dengan menggunakan metode ini peneliti nantinya akan mengungkapkan arti yang terdalam dari pengalaman dan sejarah hidup seseorang yang kemudian dapat memberikan pencerahan kepada orang lain. Mereka menggunakan istilah '*epiphani*' yang berarti pencerahan atau yang nampak berarti, dari tindakan, sejarah hidup dan problematika kehidupan seseorang yang dianggap bermanfaat bagi orang lain. Denzim menulis bahwa metode biografi adalah suatu metode penelitian yang menghadirkan sejarah kehidupan seseorang serta manfaatnya bagi pembaca (Denzim & Lincoln, 1990). asumsi dasar metode ini adalah pengalaman setiap

manusia selalu punya arti khusus, pengalaman ini dapat bermanfaat bagi orang lain.

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang ilmiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2007:6).

Jenis penelitian kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai konsep diri pengusaha muda (Studi pada Elda Susanti *stick mozarella pku by. El's*) secara mendalam dan komprehensif. Selain itu, dengan pendekatan kualitatif di harapkan dapat di ungkapkan situasi dan permasalahan yang dihadapi serta pengalaman menarik yang dapat mempengaruhi atau mengubah hidup seseorang.

## **B. Subjek dan Objek Penelitian**

### **1. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan sumber data yang dimintai informasinya sesuai dengan masalah penelitian. Adapun yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data itu diperoleh (Suharsimi Arikunto, 2002:107).

Pada penelitian kualitatif sangat tepat jika didasarkan pada tujuan masalah penelitian karena peneliti akan mendapatkan informasi-informasi

yang lebih mendalam terkait dengan masalah yang sudah peneliti rumuskan. Sehingga peneliti menarik informan berdasarkan rumusan masalah yang akan diteliti.

Adapun subjek pada penelitian ini yang menjadi informan sebanyak 7 orang yang terdiri dari 1 Elda Susanti selaku pendiri *Stick Mozarella* Pku by. El's, kedua orangtua Elda Susanti, dan 4 karyawan *Stick Mozarella* Pku by. El's. Saya memilih subjek-subjek diatas dikarenakan subjek diatas dapat membantu saya dalam pengambilan data dan menunjang data penelitian saya.

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah yang menjadi suatu titik dari penelitian atau topik dari sebuah penelitian. Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti. Menurut sugiyono (2012) objek penelitian adalah suatu atribut dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Maka dari itu penelitian ini mengambil objek penelitian yakni Konsep Diri Pengusaha Muda (Studi pada Elda Susanti *Stick Mozarella* Pku by. El's).

## C. Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapat gambaran dan informasi yang lebih jelas, lengkap, serta memungkinkan dan mudah bagi peneliti untuk melakukan penelitian. Maka penulis melakukan penelitian di berbagai tempat yang rutin dikunjungi oleh subjek penelitian ini:

- a. Tempat bekerjanya di *Stick* Mozarella Pku by.el's jalan Diponegoro Pekanbaru, Riau
- b. Rumah jalan Bambu Kuning

## 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dijelaskan dengan tabel.

**Tabel 3.1 Waktu Penelitian**

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN DAN MINGGU KE								KET
		FEB	APR	JU L	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	
		10/2 0	30/2 0	06/ 20	14/2 1	03/2 1	31/21			
1	Persiapan dan Penyusunan UP	X	X	X	X	X				
2	Seminar UP						X			
3	Riset		X	X						
4	Penelitian Lapangan						X			
5	Pengolahan dan Analisi Data							X		
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi							X		
7	Ujian Skripsi							X		
8	Revisi dan Pengesahan Skripsi Penggandaan Serta Penyerahan									X
9	Skripsi									X

## D. Sumber Data

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan, diolah serta diterbitkan sendiri oleh organisasi yang menggunakannya (dalam Kuswadi, 2004: 171). data primer dari penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti. Data ini didapatkan dengan cara terjun langsung kelapangan.

### 2. Data Sekunder

Data yang tidak dibuat atau diterbitkan oleh penggunannya (dalam Kuswadi, 2004: 171). data sekunder dalam penelitian yaitu berupa dokumentasi seperti foto-foto yang dilakukan di outlet *Stick Mozarella Pku by.el's*.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Suharsimi Arikunto (2002:136), berpendapat bahwa “metode penelitian adalah berbagai cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya”. Cara yang dimaksud adalah wawancara, dan studi dokumentasi.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

### 1. Metode Wawancara

Wawancara menurut Kartono (dalam Imam Gunawan: 2013) merupakan suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu; ini

merupakan tanya jawab lisan, dimana dua orang berhadap - hadapan secara fisik. Terdapat dua pihak kedudukan berbeda dalam wawancara, pertama berfungsi sebagai penanya dan kedua berfungsi sebagai pemberi informasi.

Ada beberapa kelebihan pengumpulan data melalui wawancara, diantaranya pewawancara dapat melakukan kontak langsung dengan peserta yang akan dinilai, data diperoleh secara mendalam, yang diinterview bisa mengungkapkan isi hatinya secara lebih luas, pertanyaan yang tidak jelas bisa diulang dan diarahkan lebih bermakna.

Wawancara dilakukan secara mendalam dan tidak terstruktur kepada subjek penelitian dengan pedoman yang telah di buat. Wawancara dilakukan untuk mengetahui konsep diri yang terjadi dalam diri subjek. Selain itu hasil wawancara juga digunakan untuk memperkuat peneliti dalam menyimpulkan hasil penelitian ini.

## 2. Metode Observasi

Observasi (Sugiyono, 2013: 10) merupakan salah satu cara mengumpulkan data dengan mengamati subjek secara langsung. Melalui observasi peneliti mengamati perilaku subjek secara langsung. Hasil dari observasi dapat digunakan untuk memperkuat data yang diperoleh melalui wawancara.

Menurut suparlan dalam Imam Gunawan (2014: 149) metode pengamatan digunakan untuk memperoleh informasi mengenai gejala-gejala yang dalam kehidupan sehari-hari dapat diamati.

Observasi dilakukan peneliti untuk lebih mendalami keadaan subjek. Observasi dalam penelitian ini berupa memperhatikan *non-verbal* subjek pada saat diadakannya pertemuan untuk melakukan wawancara dan *asesment* “*personal life line*”. observasi juga dilakukan dengan cara memperhatikan subjek dalam melakukan aktivitas sehari-hari seperti bersosialisasi dengan lingkungan sekitar dan aktivitas yang sering dilakukan subjek. Tempat untuk melakukan observasi adalah tempat-tempat yang sering didatangi subjek.

#### **F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Untuk mendapatkan keabsahan data diperlukan teknik pemerisaan. Dalam penelitian ini untuk menadapatkan keabsahan data digunakan teknik triangulasi yakni pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap itu (Lexy J. Moleong, 2012).

Adapun keabsahan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik triangulasi sumber. Patton dalam Lexy J. Moleong (2012) triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Hal ini dapat dicapai dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.

3. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan

#### G. Teknik Analisi Data

Analisis data adalah proses pencarian dan pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan-catatan, serta bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang ditemukan. Bogdan dan Biklen dalam Imam Gunawan (2014).

Miles dan Huberman dalam Imam Gunawan (2014) menyebutkan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian:

1. Reduksi data (*data reduction*)

Mereduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema dalam polanya. Menurut Sugiyono dalam Imam Gunawan (2014) data yang diproduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data.

2. Paparan data (*data display*)

Paparan data sebagai kumpulan informasi tersusun, dan memberi kemungkinan adanya penarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Miles dan Huberman dalam Imam Gunawan (2014). penyajian data digunakan untuk

lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verifying*)

Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.

Berdasarkan analisis *Interactive model*, kegiatan pengumpulan data, reduksi data, paparan data, dan kesimpulan/ verifikasi merupakan proses siklus dan interaktif.

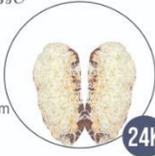
Model analisis interaktif ini diawali dengan proses pengumpulan data yang berhubungan dengan subjek penelitian, sesuai dengan metode yang telah ditentukan seperti wawancara dan observasi.

Setelah data penelitian terkumpul, maka proses selanjutnya dengan memilih data yang sesuai dengan fokus reduksi data, sehingga akan didapat sekelompok data sesuai dengan fokus penelitian. Data-data hasil reduksi dilihat secara keseluruhan. Dari tampilan data ini maka peneliti mengambil kesimpulan tentang penelitiannya. Apabila pada penarikan kesimpulan ini masih terdapat kejanggalan, maka proses analisis data kembali pada proses awal yakni proses pengumpulan data. Proses ini akan terus menerus berjalan sampai di dapat satu kesimpulan yang menjawab rumusan masalah yang disampaikan.

Gambar 3.1 Gambar Produk

**Stick  
Mozarella.PKU  
by El's**  
Est 2017

# Daftar Menu

<b>Menu Asin</b>	<b>Varian Manis</b>	<b>Black Series</b>
<p><i>Original</i> Full keju mozarella saja</p>  <p style="text-align: right;"><b>17K</b></p>	<p><i>Macha</i> Full keju mozarella di olesi selai macha</p>  <p style="text-align: right;"><b>25K</b></p>	<p><i>Original Black</i> Full keju mozarella dibaluti roti hitam (charcoal)</p>  <p style="text-align: right;"><b>18K</b></p>
<p><i>Topping Ayam Suir</i> Full keju mozarella + ayam suir</p>  <p style="text-align: right;"><b>20K</b></p>	<p><i>Choco Cruncy</i> Full keju mozarella di olesi Chocolate Cruncy</p>  <p style="text-align: right;"><b>22K</b></p>	<p><i>Black Almond Crumble</i> Full keju mozarella dibaluti roti hitam (charcoal) dan di taburi almond crumble</p>  <p style="text-align: right;"><b>24K</b></p>
<p><i>Topping Sosis</i> Full keju mozarella + sosis</p>  <p style="text-align: right;"><b>20K</b></p>	<p><i>Nutella</i> Full keju mozarella di olesi nutella</p>  <p style="text-align: right;"><b>25K</b></p>	<p><i>Red Velvet Crumble</i> Full keju mozarella dibaluti roti hitam (charcoal) dan di taburi red velvet crumble</p>  <p style="text-align: right;"><b>24K</b></p>
<p><i>Smoked Beef</i> Full keju mozarella + Smoked beef</p>  <p style="text-align: right;"><b>21K</b></p>	<p><i>Tiramisu</i> Full keju mozarella di olesi tiramisu</p>  <p style="text-align: right;"><b>22K</b></p>	<p><i>Black Oreo</i> Full keju mozarella dibaluti roti hitam (charcoal), di olesi cream &amp; di taburi oreo</p>  <p style="text-align: right;"><b>24K</b></p>
<p><i>Onion Rings</i> Bawang Bombai Crispy</p>  <p style="text-align: right;"><b>15K</b></p>	<p>( Satu Porsi Isi 2 )</p>	
		<p><i>Black Chesse</i> Full keju mozarella dibaluti roti hitam (charcoal), di olesi Soft cream &amp; di taburi keju</p>  <p style="text-align: right;"><b>24K</b></p>

 [stickmozarella.pku.by\\_els](https://www.instagram.com/stickmozarella.pku.by_els)

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian/Profil Subjek Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Pekanbaru memiliki letak geografis yang strategis Di Lintas Timur Sumatera terhubung ke beberapa kota, seperti Kedua sisi wilayah administratif Medan, Padang dan Jambi Kabupaten Siak (Kabupaten Siak) terletak di sebelah utara dan timur, sedangkan di sebelah barat dan Kabupaten Kampar mengarah ke selatan. Kota ini terbagi oleh Sungai Siak yang mengalir dari barat ke timur, Ketinggiannya antara 5 dan 50 meter. Kota Ini termasuk suhu maksimum  $34,1^{\circ}\text{C}$  sampai  $35,6^{\circ}\text{C}$ , suhu terendah antara  $20,2^{\circ}\text{C}$  sampai  $23,0^{\circ}\text{C}$ . Kota Pekanbaru terletak pada  $101^{\circ}\text{C}14'-101^{\circ}\text{C}34'$  dan Latitude  $0^{\circ}25'-0^{\circ}45'$  utara. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1987 tanggal 7 September 1987, Kota Pekanbaru dimekarkan Dari sekitar 62,96 Km<sup>2</sup> menjadi sekitar 446,50 Km<sup>2</sup> terdiri dari 8 kecamatan dan 45 kecamatan / desa.

Penelitian ini dilakukan di kota Pekanbaru lebih tepatnya di Outlet Stick Mozzarella Pku by El's . Stick Mozzarella Pku by el's merupakan salah satu stand makanan di Pekanbaru yang menjual berbagai macam menu makanan berbahan dasar keju mozzarella. Stick Mozzarella Pku by el's berlokasi di Bundaran Tugu Keris Jalan Diponegoro. Stick Mozzarella Pku by el's pertama kali didirikan pada tahun 2018 dengan

outlet pertamanya yang terletak di Bundaran Tugu Keris yang masih buka hingga saat ini. Masyarakat Pekanbaru terlihat sangat menggemari jenis makanan ini karena makanan ini termasuk makanan yang sedang digemari saat ini. Hal ini terbukti dengan berkembangnya Stick Mozarella Pku by el's yang awalnya hanya memiliki satu outlet kini sudah menjadi 4 outlet yang berlokasi di Bundaran Tugu Keris Jalan Diponegoro, outlet kedua berlokasi di Jalan Wr. Supratman, outlet ketiga berlokasi di Jalan Air Dingin, dan outlet keempat di Raun Raun Foodpark. Penelitian berlangsung di outlet Stick Mozarella Pku by el's yang berlokasi di Bundaran Tugu Keris Jalan Diponegoro dengan metode wawancara guna mendalami dan memperoleh hasil penelitian dengan narasumber.

## 2. Profil Subjek Penelitian

Gambar 4.1 Foto Elda Susanti



Elda Susanti merupakan pemilik sekaligus pendiri dari salah satu jajanan favorit millennial saat ini yaitu Stick Mozarella Pku by El's. Elda Susanti yang kini baru berusia 24 tahun sudah memiliki 4 outlet Stick Mozarella Pku by El's yang keempatnya masih beroperasi hingga saat ini.

Gambar 4.2 Menu Varian Stick Mozarella pku by els



Stick Mozzarella Pku by El's merupakan stand makanan yang menjual berbagai jenis makanan olahan keju mozzarella dengan varian rasa yang berbeda. Makanan ini tengah menjadi salah satu jajanan yang digemari oleh kaum millennial karena rasanya yang enak serta teksturnya yang lembut dan kenyal. Tak heran jika saat ini Elda Susanti sudah memiliki empat outlet Stick Mozzarella yang berlokasi di empat tempat berbeda.

## B. Hasil Penelitian

Pada bab ini peneliti mendeskripsikan dan memaparkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai konsep diri pada pengusaha muda, yang mana studi penelitian ini dilakukan pada Elda Susanti selaku pemilik dari Stick Mozzarella Pku by El's. Hasil yang akan peneliti sampaikan ini merupakan hasil analisis peneliti berdasarkan data yang sudah diperoleh

melalui wawancara dengan informan, observasi secara langsung, serta dokumentasi selama proses penelitian.

Manusia, dalam posisinya sebagai makhluk sosial tentu terlibat dengan sejumlah aktivitas komunikasi yang bersifat dinamis. Baik di lingkungan keluarga, sekolah, maupun masyarakat, manusia mau tidak mau harus menjadi bagian dari kehidupan sosial budaya yang melingkupinya. Manusia dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari, memiliki keunikan masing-masing terkait dengan cara mereka dalam berkomunikasi. Salah satunya dalam kajian komunikasi intrapersonal atau komunikasi dengan diri sendiri (Ferry Adhi Dharma).

Motivasi adalah kemauan yang timbul dalam diri seseorang sehingga mau bergerak dan menyalurkan segala tenaga dan pikirannya yang disebabkan oleh suatu tujuan. Keadaan tersebut menarik untuk diperhatikan dalam melihat faktor yang memotivasi pengusaha muda ini untuk bekerja dan melihat sejauh mana kinerja yang telah dilakukan, serta konsep diri seperti apa yang diterapkan dalam berusaha. Kita dapat menyimpulkan bahwa adanya motivasi merupakan suatu bentuk dari komunikasi intrapersonal yang berlangsung dalam diri seseorang. Pengusaha ini berperan sebagai komunikator sekaligus komunikan yang berbicara pada dirinya sendiri dan menjawab sendiri. Dimana dalam hal tersebut seorang pengusaha akan bertindak sebagai pengirim dan penerima pesan, kemudian berdialog dengan dirinya sendiri, berdiskusi, hingga berdebat dengan batinnya sendiri. Sehingga nantinya komunikasi

intrapersonal yang dilakukan pada diri sendiri dapat menjadi titik awal dari kegiatan yang ingin dicapai, dan timbullah sebuah motivasi dan juga konsep diri yang diterapkan oleh pengusaha tersebut (Natasha, 2021:62).

Menjadi pengusaha muda yang lebih produktif dan kreatif dalam melaksanakan tugas sehari-hari dilapangan, diperlukan sebuah motivasi kerja dan juga konsep diri kepada pengusaha ini untuk memberikan kontribusi yang dapat menguntungkan usahanya. Oleh karena itu, faktor yang memotivasi diri seseorang untuk melakukan sebuah aktivitas dilapangan pada umumnya pengusaha muda ini memiliki kebutuhan dan keinginan yang harus terpenuhi baik kebutuhan harian maupun kebutuhan yang akan datang, dalam melakukan sesuatu untuk bekerja, setiap seseorang memiliki tujuan dan memerlukan suatu pendorong mewujudkan tujuan yang ingin dicapai.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan bersama dengan narasumber Elda Susanti, berikut hasil penelitian yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yakni mengenai konsep diri seorang pengusaha muda Elda Susanti pemilik Stick Mozarella Pku by El's.

Stick Mozarella Pku by El's pertama kali didirikan pada tahun 2018 disaat pendirinya yaitu Elda Susanti masih berada di bangku kuliah yang berlokasi di Jalan Diponegoro. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan dari Elda Susanti dalam kutipan wawancara berikut:

“Stick Mozarella ini pertama kali didirikan pada tahun 2018, saat saya sudah berkuliah dan dengan outlet pertamanya itu di sini

dekat tugu bundaran keris di Jalan Diponegoro.” (Wawancara dengan Elda Susanti pemilik Stick Mozarella Pku by El’s, Maret 2021)

Berdasarkan kutipan wawancara diatas, sudah sangat jelas dipaparkan oleh narasumber kapan awal mula berdirinya Stick Mozarella Pku by El’s. Selanjutnya, narasumber juga menjelaskan alasan mendasar kenapa didirikannya Stick Mozarella Pku by El’s. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan dari narasumber dalam kutipan wawancara berikut:

“Awalnya saya terinspirasi untuk mendirikan usaha ini karena saya melihat banyak diluar sana pengusaha yang sukses di usia muda. Saya berfikir ingin menjadi seperti mereka dengan tujuan ya saya bisa menghasilkan duit dari hasil kerja keras saya sendiri dan bisa memenuhi kebutuhan hidup saya. Sebenarnya jika saya mau, saya bisa minta uang saku sama orangtua, tapi saya berfikir untuk bisa sedikit meringankan pengeluaran orangtua, dan tentu saja orang tua juga pasti senang melihat anaknya sudah bisa menghasilkan uang sendiri.” (Wawancara dengan Elda Susanti pemilik Stick Mozarella Pku by El’s, Maret 2021)

Berdasarkan kutipan wawancara diatas, didapatkan hasil bahwa hal yang mendasari narasumber untuk mendirikan usaha yang sedang dijalani adalah adanya keinginan untuk dapat menghasilkan uang dengan hasil kerja keras sendiri dan juga ingin mengurangi beban pengeluaran orang tua. Selain itu, narasumber juga menjelaskan bahwa ia ingin menjadi pengusaha muda setelah melihat banyaknya pengusaha yang sudah sukses di usia muda. Narasumber berfikir ingin menjadi seperti pengusaha lainnya yang bisa sukses dengan pijakan kaki sendiri. Jika dicermati, disini narasumber sudah menerapkan komunikasi intrapersonal. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa ia

berfikir ingin menjadi pengusaha muda, artinya ia sudah meakukan komunikasi dengan dirinya dengan cara membayangkan seperti apa dirinya kelak jika menjadi pengusaha muda.

Berdasarkan hasil wawancara juga didapatkan bahwa narasumber memulai bisnisnya dengan modal uang tabungan yang sudah ia kumpulkan selama ini. Hal ini sesuai dengan pernyataan narasumber dalam kutipan wawancara berikut:

“Bicara soal memulai bisnis, sudah pasti kita harus punya modal terlebih dahulu, tidak ada yang namanya usaha tanpa modal awal. Modalnya itu saya dapatkan dari uang yang selama ini sudah saya tabung. Jadi uang tabungan yang selama ini saya kumpulkan, saya pakai untuk mendirikan cabang stick mozzarella pertama saya yaitu di jalan Diponegoro ini.” (Wawancara dengan Elda Susanti pemilik Stick Mozzarella Pku by El’s, Maret 2021)

Berdasarkan wawancara diatas, dapat dilihat bahwa narasumber memiliki sikap ingin memulai usaha dengan dirinya sendiri. Alih-alih meminta modal dari orangtuanya, narasumber memilih untuk menggunakan uang tabungannya sebagai modal awal merintis usahanya. Hal ini sudah menunjukkan sikap tidak ingin bergantung kepada orang lain atau mandiri, jika masih mampu maka akan dilakukan dengan usaha sendiri. Selain memiliki sikap mandiri, narasumber juga memiliki sikap untuk melihat kedepan. Artinya adalah narasumber menganalisis peluang bisnis yang bisa dibilang menjanjikan kedepannya, dengan target utama kaum millennial. Hal ini didukung dengan pernyataan dari narasumber dalam kutipan wawancara berikut:

“Mengenai alasan pemilihan stick mozzarella ini sebagai usaha saya adalah karena saya melihat peluang yang bisa dibidang cukup besar dari jajanan ini. Saat ini makanan berbahan dasar mozzarella ini sedang digemari oleh kaum millennial atau anak muda sekarang, tekstur makanannya yang kenyal menjadikannya disukai oleh orang-orang” (Wawancara dengan Elda Susanti pemilik Stick Mozarella Pku by El’s, Maret 2021)

Narasumber juga memiliki sikap pantang menyerah dalam menjalankan usaha kulinernya. Hal ini sesuai dengan pernyataan narasumber dalam kutipan wawancara berikut:

“Awalnya saya tidak mengerti bagaimana cara pembuatannya, namun tidak mengerti saat itu bukan berarti selamanya saya tidak akan mengerti, saya mencari cara pembuatannya melalui youtube. Saya belajar melalui youtube dan mencoba beberapa kali membuat stick mozzarella yang sesuai dengan apa yang saya mau. Hingga akhirnya saya temukan stick mozzarella enak versi saya sendiri..” (Wawancara dengan Elda Susanti pemilik Stick Mozarella Pku by El’s, Maret 2021)

Berdasarkan kutipan wawancara diatas, dapat dilihat bahwa narasumber memiliki sikap pantang menyerah dalam berusaha. Awalnya narasumber tidak mengerti sama sekali mengenai cara pembuatan makanan yang saat ini dijualnya, namun narasumber mencoba mempelajarinya sendiri dengan cara menonton video hingga didapatkan resep yang menurutnya enak. Hal ini menunjukkan sikapnya yang tidak mau menyerah sebelum mendapatkan apa yang ia inginkan. Ini sudah mencerminkan sikap sebagai seorang pengusaha. Selain itu, narasumber juga memiliki sikap selalu ingin berinovasi. Hal ini sesuai dengan pernyataan narasumber dalam kutipan wawancara berikut:

“Saya befikir bagaimana caranya agar usaha saya ini tetap eksis meskipun banyak pesaing saya diluar sana yang menjual makanan sama seperti saya. Jadi saya mulai berfikir untuk mengembangkan varian rasa stick mozzarella yang saya buat. Yang awalnya saya hanya menjual satu varian, kini kami sudah punya 13 varian stick mozzarella yang terdiri dari varian asin, manis, dan juga black series. Serta kami juga punya satu menu onion rings yang mana menu ini juga tengah viral dikalangan millenilas. Varian yang saya tambahkan juga varian rasa yang tengah digemari saat ini seperti matcha, red velvet, nutella, dan varian lainnya yang tengah digemari saat ini. Dan alhamdulillah bisnis saya masih tetap buka hingga saat ini, meskipun kondisi yang sekarang sedang pandemi dan bahkan sudah bisa menambah 2 outlet lagi.” (Wawancara dengan Elda Susanti pemilik Stick Mozarella Pku by El’s, Maret 2021)

Berdasarkan wawancara diatas, dapat dilihat bahwa narasumber memiliki sikap ingin selalu melakukan inovasi dalam usahanya. Hal ini terbukti dengan semakin bervariasinya menu makanan yang dijual oleh narasumber. Tanpa disadari, peneliti juga melakukan komunikasi intrapersonal disaat dia memikirkan inovasi untuk produk makanannya. Hal ini dibuktikan dengan kutipan wawancara berikut:

“Cara mempertahankan usaha saya adalah dengan cara melakukan inovasi pada produk yang saya jual. Awalnya varian yang saya jual sama seperti yang ada dipasaran yaitu stick mozzarella biasa yang digoreng dengan balutan tepung dan diberi saus seperti stick mozzarella pada umumnya. Kemudian saya berfikir tidak mungkin hanya menjual satu varian seperti itu saja, konsumen saya pasti akan merasa bosan jika hanya satu menu yang kami tawarkan. Saya juga sering melakukan renungan pada diri sendiri mengenai hal ini, kalau saya selaku konsumen mungkin awalnya tertarik pada apa yang dijual oleh stick mozzarella pku by El’s, namun apakah iya seterusnya saya akan selalu membeli jajanan tersebut dengan rasa yang itu itu saja, pasti tidak kan, pasti suatu saat saya akan merasa bosan. Jadi saya merasa perlu dilakukan inovasi pada produk yang

saya jual.” (Wawancara dengan Elda Susanti pemilik Stick Mozarella Pku by El’s, Maret 2021)

Berdasarkan wawancara diatas, dapat dilihat bahwa komunikasi intrapersonal yang dilakukan oleh narasumber adalah dengan menganggap dirinya sebagai konsumen. Kemudian bertanya pada diri sendiri, sebagai konsumen apakah mungkin narasumber selalu membeli hal itu-itulah terutama pada makanan, pasti suatu saat pembeli akan merasa bosan dengan menu yang itu itu saja. Narasumber juga merasakan hal tersebut, ia juga tidak mau jika melakukan sesuatu hal yang itu itu saja atau makan makanan yang itu itu saja. Dari renungannya inilah kemudian hadir inovasi untuk mengembangkan varian rasa makanan yang dijual di Stick Mozarella Pku by El’s.

Hasil penelitian didapatkan bahwa dalam menjalankan usahanya, narasumber menjelaskan komunikasi merupakan kunci kesuksesannya hingga dapat menjalankan empat cabang usahanya dan tetap bisa beroperasi hingga saat ini. Hal ini sesuai dengan kutipan wawancara sebagai berikut:

“Menurut saya hal yang dapat membawa saya hingga saat ini adalah selalu menjaga komunikasi antar semua pekerja yang berada di empat cabang tadi. Karena saya juga bisa dibilang punya kesibukan lain, nah agak sulit juga kalau saya memantau keempat outlet tersebut secara terus terusan. Makanya kami selalu menerapkan kalau ada kendala atau apapun itu, itu selalu dikabari ke saya. Jadi saya bisa memikirkan dahulu solusi dari masalah tersebut, yang kemudian nanti akan dibicarakan kembali kepada semua karyawan saya. Sehingga didapatkan jalan keluar dari permasalahan tersebut” (Wawancara dengan Elda Susanti pemilik Stick Mozarella Pku by El’s, Maret 2021)

Hasil penelitian juga didapatkan bahwa dalam menjalankan usahanya, narasumber menjelaskan memiliki beberapa sikap yang diterapkan pada dirinya seperti mandiri, pantang menyerah, dapat melihat peluang, dan selalu melakukan inovasi. Hal ini sesuai dengan kutipan wawancara sebagai berikut:

“Yang selalu saya terapkan dalam diri saya adalah jangan pernah menyerah apapun masalah yang sedang dihadapi. Ilmuwan saja butuh gagal berkali kali hingga bisa menemukan sebuah penemuan yang berguna, begitu juga dengan usaha yang saya jalani. Apapun masalahnya jangan langsung berhenti, pasti ada saja solusinya. Sebagai pengusaha, saya selalu tanamkan jangan terlalu cepat bergantung pada orang lain, lain halnya kalau karyawan ya, bantuan akryawan itu pasti. Selalu lakukan inovasi agar konsumen saya tidak merasa bosan dan pastinya harus memiliki pandangan jauh kedepan untuk melihat seperti apa peluang yang bisa kita dapatkan kedepannya. (Wawancara dengan Elda Susanti pemilik Stick Mozarella Pku by El’s, Maret 2021)

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua orangtua Elda Susanti, didapatkan hasil bahwa Elda Susanti merupakan sosok anak yang penurut, mandiri, dan tidak banyak membuat perilaku buruk dikeluarganya. Hal ini sesuai dengan kutipan wawancara dengan orang tua Elda Susanti sebagai berikut:

“Sebagai orangtua saya melihat anak saya elda ini orangnya pekerja keras. Dia anaknya saya lihat tidak mau buat orang susah. Awalnya dia bercerita mau memulai bisnisnya sendiri, oh iya elda ini kalau ada permasalahan atau punya suatu keinginan itu dia pasti ceritakan sama kami, jadi nanti kami mendengarkan dan membantu memberikan nasihat. Jadi setiap kegiatan apapun yang mau dia lakukan, pasti cerita sama orangtuanya. Nah waktu dia bercerita ingin memulai bisnisnya, kami itu awalnya ingin membantu awalnya ya dari segi modal. Tapi kali ini dia menolak dengan alasan ingin memulai usaha yang benar benar dari dia sendiri. Jadi

dia pakai itu uang tabungannya sebagai modal tanpa ada campur tangan dari kami. Jadi semua usahanya yang saat ini dia pegang itu dia urus sendiri bersama dengan karyawannya. Kalau dia merasa sudah menemukan masalah yang cukup sulit yang mungkin tidak bisa dipecahkan olehnya sendiri, baru dia meminta bantuan kami. Sejauh ini dia anaknya tidak suka merepotkan orang lain”. (Wawancara dengan Ratna Juita ibu dari Elda Susanti, Maret 2021)

“Alhamdulillah sekarang usaha mozzarella elda sudah punya empat cabang. Ya ini tentu saja tidak lepas dari kerja keras elda selama ini. Dalam berbisnis ini apalagi dia sambil kuliah juga, dia bisa bagi waktunya. Ketika jam kuliah, dia memang fokus pada tugasnya sebagai mahasiswa. Diluar itu baru dia mengurus bisnisnya. Kadang dia bertanya juga pada saya dan ibunya terkait bisnisnya kira kira apakah ada yang kurang, atau ada masalah. Kami juga pernah disuruh untuk coba menu baru yang mau dia tambahkan. Jadi semuanya itu tidak langsung eksekusi saja, dipikirkan dulu baik baik baru dijalankan. Apalagi semenjak pandemi ini ya bisa dibilang semua orang terkena dampak baik dari fisik maupun ekonomi. Dan Alhamdulillah usaha anak saya masih bisa bertahan berkat kerja keras dan manuver baru yang ia ciptakan.”. (Wawancara dengan Abd. Rahman ayah dari Elda Susanti, Maret 2021)

Selain dengan kedua orang tua, peneliti juga mewawancarai empat karyawan Elda Susanti yaitu karyawan di Stick Mozzarella Pku by El's. Pernyataan keempat karyawan mengenai sifat Elda Susanti sebagai atasan diungkapkan dalam kutipan wawancara berikut:

“Kak elda orangnya baik, terus dia juga ga ragu untuk kadang bantuin kami juga disini. Biasanya kan kadang ada tipe bos itu yang istilahnya tidak mau ikut campur gitu sama usahanya, cukup dia percayakan sama karyawannya aja. Tapi kalau mbak elda ini engga, dia kadang tanya langsung kendala ada nggak selama kerja, atau kadang kalau dia sedang tidak sibuk ya dia bantuin jualan juga.” (Wawancara dengan Dini karyawan Stick Mozzarella Pku by El's, Maret 2021)

“Yang saya lihat mbak elda itu orangnya mandiri, pekerja keras juga, kadang dia sempetin sesekali kesini untuk lihat ataupun sekedar bertanya ada kendala atau engga selama saya jualan, kadang suka ajaki cerita juga. Pokoknya sebagai bos saya pikir ramah saya karyawannya, beda sama bos saya dulu” (Wawancara dengan Hendra karyawan Stick Mozarella Pku by El’s, Maret 2021)

“Kak elda orangnya pantang menyerah, terus juga mandiri diusia yang masih muda udah bisa menghasilkan uang dari usahanya sendiri. Patut ditiru sih untuk pemuda lainnya diluar sana, apalagi kak elda juga punya aktivitas lain kuliah. Tapi meskipun kuliah kak elda tetap bisa bagi waktu untuk kuliahnya dan juga untuk usahanya.” (Wawancara dengan Silvi karyawan Stick Mozarella Pku by El’s, Maret 2021)

“Saya bisa dibilang kagum sama elda yang diusianya masih muda saat ini, dia sudah bisa buka bisnisnya sendiri. Bahkan kalau saya tidak salah dia sudah punya 4 cabang stick mozzarella ini. Anaknya tidak mudah mengeluh, karena dia juga sedang berkuliah jadi pasti waktunya sangat padat. Tapi meskipun bisa dibilang sibuk, dia tidak pernah mengeluh capek atau sebagainya, soalnya dia kadang kadang mampir kesini juga lihat keadaan disini gimana. Kadang ikut bantuin juga jualan disini. Bisa dibilang dia mandiri dengan usianya yang masih muda ini. Dia juga ga segan bertanya soal menu baru gitu mbak, kan mikirnya kalau menu itu itu aja orang pasti bosan, nah dia ciptain itu menu bar uterus ditanyain juga sama karyawannya tentang menu baru itu, layak jual atau engga. Jadi dia ga ngambil keputusan sendiri, dia selalu diskusi sama karyawannya.” (Wawancara dengan Ayu karyawan Stick Mozarella Pku by El’s, Maret 2021)

Berdasarkan wawancara dengan karyawan Stick Mozarella Pku by El’s, karyawan tersebut menyatakan bahwa mereka memiliki atasan yang baik, ramah, mandiri, pekerja keras, dan tidak segan untuk ikut langsung berjualan membantu karyawannya. Bahkan Elda Susanti selalu menanyakan pendapat kepada karyawannya apabila terdapat masalah dalam usahanya.

Bentuk komunikasi intrapersonal yang tanpa disadari oleh narasumber adalah dengan cara berkomunikasi dengan dirinya sendiri untuk menemukan suatu solusi, seperti membayangkan dirinya sebagai konsumen dan juga sebagai seorang pengusaha yang sukses yang kemudian diwujudkan dalam aksi nyata seperti adanya inovasi dalam produk yang dijual. Selain itu sikap yang dimiliki oleh narasumber sebagai seorang pengusaha adalah bersikap mandiri, memiliki pandangan kedepan, tidak mudah menyerah, selalu melakukan inovasi, dan juga selalu menjaga komunikasi yang baik antar karyawannya.

### **C. Pembahasan Penelitian**

Pandangan tentang berwirausaha menjadi sebuah trend baru dikalangan mahasiswa dan juga usia muda saat ini. Semangat dan akses informasi yang semakin mudah digapai menjadikan pintu-pintu ilmu tentang sebuah operasional bisnis dapat dengan mudah diakses. Ide kreatif juga dapat muncul dengan berbagai macam bantuan utamanya pada media sosial yang tidak hanya menjadi media interaksi tetapi telah menjelma menjadi sebuah pasar dengan konsep teknologi terkini. Hal ini semua menjadi modal yang sangat penting dalam mendukung dan menciptakan motivasi menjadi seorang wirausaha yang kompetitif dan juga inovatif.

Menurut penelitian yang dilakukan melalui teknik wawancara dengan Elda Susanti, menunjukkan bahwa konsep diri dari seorang pengusaha muda yang terdapat pada diri narasumber adalah seorang yang bersikap mandiri, pandai melihat peluang usaha dalam jangka panjang kedepan, tidak mudah menyerah,

selalu melakukan inovasi, dan yang terpenting adalah selalu menjaga komunikasi dengan karyawannya di empat cabang yang berbeda. Konsep diri yang terbentuk juga tidak lepas dari adanya peran komunikasi intrapersonal yang dilakukan oleh narasumber.

Komunikasi intrapersonal atau komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri individu, atau dengan kata lain proses komunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap suatu objek yang diamatinya atau terbentuk dalam pikirannya. Objek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang mengandung arti bagi manusia baik yang terjadi di luar maupun yang terjadi dalam diri seseorang (Cangara, 2005: 30). Dalam penelitian ini, objek yang diamati oleh narasumber adalah usaha ataupun bisnis yang dijalankan oleh narasumber. Narasumber berkomunikasi dengan dirinya sendiri bagaimana cara untuk dapat mengembangkan usaha yang sedang dijalankan oleh narasumber dan kelak menjadi pengusaha yang sukses.

Menurut teori, Komunikasi intrapersonal (komunikasi intrapribadi) adalah penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi di dalam diri komunikator sendiri antara *self* (dirinya sendiri) dengan suatu subyek yang tidak nampak (Tuhan). sedangkan menurut Rakhmat (2001) komunikasi intrapersonal adalah proses pengolahan informasi. Proses ini melewati empat tahap; sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, diketahui bahwa komunikasi intrapersonal yang dilakukan oleh narasumber

adalah saat narasumber membayangkan dirinya sebagai seorang pengusaha muda yang dapat menghasilkan banyak uang. Dikatakan komunikasi intrapersonal karena narasumber berfikir seperti apa rasanya jika dia sudah menjadi seorang yang sukses diusia muda, narasumber berbicara sendiri seperti apa menjadi pengusaha muda dan juga menjawab sendiri bagaimana rasanya menjadi seorang pengusaha muda.

Para pemuda yang bergabung dalam dunia bisnis tentu saja tidak terlepas dari adanya inspirasi serta motivasi yang menjadikan mereka untuk terus melangkah tanpa henti. Trik paling ampuh dengan gaya yang berbeda-beda setiap orang dalam meraih kesuksesan adalah hak pribadi yang tidak bisa diganggu oleh siapapun. Usia yang masih muda inilah yang membuat para pengusaha muda lebih kreatif dalam menciptakan dan mengembangkan usahanya. Pengusaha yang masih berusia muda ini dapat menerapkan ide-ide kreatif mereka serta memberi dampak positif bagi para pengusaha muda lainnya saat ini agar lebih siap lagi di masa depan dalam bersaing pada dunia bisnis.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada pengusaha muda dalam hal ini dilakukan studi pada Elda Susanti, narasumber mengatakan bahwa yang memotivasi narasumber untuk memulai usahanya adalah keinginannya untuk sukses diusia muda dengan harapan dapat mengurangi beban pengeluaran. orangtua dan juga membuka lapangan kerja baru bagi banyak orang. Menjadi seorang pengusaha di usia muda tidak serta merta harus memiliki modal yang banyak, punya banyak modal untuk memulai

usaha tapi jika tidak diiringi dengan adanya sikap sebagai seorang pengusaha, usaha yang akan dirintis tidak akan dapat bertahan lama. Namun modal awal usaha juga merupakan hal yang penting, sehingga dapat dikatakan keduanya harus dapat berjalan berdampingan.

Sebagai seorang pengusaha, penting adanya untuk memiliki konsep diri. Konsep diri mempunyai peranan penting dalam menentukan perilaku seorang pengusaha. Bagaimana individu memandang dirinya akan tampak dari seluruh perilaku. Dengan kata lain, perilaku individu akan sesuai dengan cara individu memandang dirinya sendiri. Apabila individu memandang dirinya sebagai orang yang tidak mempunyai cukup kemampuan untuk melakukan suatu tugas, maka seluruh perilakunya akan menunjukkan ketidak mampuannya tersebut, begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa aspek konsep diri yang dimiliki oleh pengusaha muda Elda Susanti dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konsep diri pribadi. Elda merupakan seorang pengusaha muda yang mandiri, terbukti dari modal usaha yang dirintisnya dari awal berasal dari dana pribadi yang telah dikumpulkannya selama ini. Selanjutnya masih dalam konsep diri pribadi, Elda juga memiliki sikap pantang menyerah. Hal ini dibuktikan dengan kegigihannya dalam memahami cara membuat stick mozarella yang sesuai dengan selera yang ia pelajari melalui platform youtube.
1. Konsep diri moral etik. Elda merupakan seorang pengusaha yang ingin selalu menciptakan inovasi. Hal ini terlihat pada

Elda yang tidak hanyaberfokus pada satu varian menu yang dijualnya, namun terus berinovasi menciptakan produk varian baru. Elda memposisikan dirinya sebagai konsumen yang mana jika ia menjadi konsumen, ia pasti akan bosan dengan hal yang itu-itu saja, maka terbitlah keinginannya untuk ingin selalu menciptakan inovasi pada produk yang dijualnya. Hal ini juga dikarenakan Elda memiliki pandangan kedepannya akan trend bisnis ini yang bisa saja hilang jika tidak melakukan inovasi, untuk itu Elda selalu melakukan inovasi terhadap produknya agar ia dapat bersaing dengan pebisnis lainnya.

2. Konsep diri sosial. Dalam menjalankan usahanya, Elda selalu berkomunikasi dengan baik kepada seluruh karyawannya. Elda yang kini memiliki lebih dari satu cabang usaha tentu saja tidak dapat mengaturnya secara sendiri. Untuk itu ia memerlukan karyawan yang dapat membantunya mengelola seluruh cabang stick mozarella nya. Komunikasi yang berjalan dengan baik menandakan hubungan sosial antara Elda dan karyawannya juga terjalin dengan sangat baik.
3. Konsep diri keluarga. Elda selalu menyertakan keluarganya dalam setiap keputusan yang diambil. Elda selalu meminta saran kepada kedua orangtuanya dalam setiap kegiatan ataupun sesuatu yang akan dijalankannya. Elda berpandangan

bahwa setiap rencana yang disetujui oleh orangtua pastinya akan berjalan dengan baik. Artinya Elda merupakan sosok yang mencintai keluarganya dan memiliki konsep diri keluarga positif. .

Konsep diri ataupun sifat yang dimiliki dan selalu diterapkan oleh Elda Susanti juga di ungkapkan oleh kedua orang tuanya dan juga karyawannya. Orang tua Elda menyatakan bahwa dalam keluarga, Elda merupakan anak yang penurut, tidak pernah membuat masalah, mandiri, selalu berkomunikasi kepada orangtuanya apalagi ketika sedang mendapati masalah dan meminta saran dari kedua orangnya. Dimata karyawannya, Elda Susanti merupakan sosok atasan yang mandiri, pekerja keras, tidak baik terhadap karyawan, bisa membagi waktu antara kuliah dan kerjanya, tidak ragu untuk terjun langsung membantu karyawannya berjualan, dan selalu melibatkan karyawannya untuk berpendapat terkait suatu masalah. Maka tak heran jika seluruh karyawannya mengatakan nyaman bekerja sama dengan Elda Susanti.

Mandiri merupakan suatu keinginan dan perilaku seorang yang tidak mudah tergantung pada orang lain untuk mengerjakan tugas dan tanggung jawabnya (Irene dan Wardoyo, 2012). Mandiri berarti mampu menjalani kehidupan dengan kemampuan diri sendiri, kemampuan untuk melakukan sesuatu seorang diri tanpa banyak

melibatkan orang lain. Setiap kita yang merasa dirinya ingin sukses maka kita memerlukan sikap mandiri, karena kemandirian adalah sikap yang mutlak diperlukan sebagai prasyarat utama untuk meraih berbagai keberhasilan dalam kehidupan ini. Sebagai suatu sikap positif, kita semua perlu memiliki sikap mandiri.

Elda Susanti menerapkan sikap mandiri pada dirinya yang belum tentu dimiliki oleh semua orang. Diusianya yang terbilang masih muda, Elda sudah mampu mencukupi kebutuhan hidupnya dengan uang hasil kerja kerasnya sendiri. Diluar sana masih banyak anak muda seumuran dirinya yang masih bergantung kepada kedua orangtua dai segi finansial. Namun Elda selangkah lebih maju dari kebanyakan teman seusianya yang masih meminta kepada orangtua. Sikap mandiri juga terlihat pada bisnis yang dibangun oleh Elda sendiri, yang mana modal awal, ide jualan, hingga variasi menu, semua dilakukan sendiri oleh Elda. Modal usaha yang digunakan oleh Elda merupakan uang hasil tabungannya yang sudah dikumpulkan selama ini. Prinsip yang ia terapkan ialah jika ingin memulai sesuatu, maka mulailah pada diri sendiri.

Pantang menyerah adalah kombinasi antara bekerja keras dengan motivasi yang kuat untuk sukses. Pantang menyerah merupakan sikap tetap ingin bertahan walaupun mengalami kegagalan, mendapat hambatan dan rintangan sampai apa yang diinginkan tercapai. Sikap pantang menyerah merupakan sikap

yang harus dimiliki wirausaha, karena dalam menjalankan suatu usaha selalu mempunyai risiko kegagalan. Kegagalan dalam usaha merupakan sebuah vitamin untuk memperkuat dan mempertajam intuisi dan kemampuan dalam berwirausaha (Toto, 2002).

Elda Susanti awalnya tidak mengerti sama sekali bagaimana caranya membuat stick mozzarella, namun kemauannya untuk belajar dan sikap pantang menyerah ia terapkan ketika sedang belajar untuk menemukan resep makanan yang enak dan disukai oleh banyak orang. Elda belajar melalui platform youtube, mencari informasi bagaimana cara membuat stick mozzarella yang enak hingga akhirnya ia dapat menemukan resepnya sendiri. Tidak semua orang bisa menerapkan sikap ini. Masih ada orang diluar sana yang cepat menyerah ketika sesuatu yang dilakukannya tidak berjalan sesuai dengan rencana. Namun tidak dengan Elda, ketidaktauannya bukan menjadi hambatan untuk memulai bisnisnya, ia terus berusaha untuk dapat mewujudkan bisnisnya.

Inovasi didefinisikan sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. inovasi dianggap sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Elda Susanti menerapkan inovasi dalam usahanya dengan memberikan varian

menu baru dalam makanan yang dijualnya. Jika pada umumnya stick mozaella yang dijual hanya mozzarella biasa yang digoreng tepung dan diberi saus pedas, Elda susanti memberikan inovasi dengan menciptakan varian menu baru dengan rasa yang kini tengah viral dikalangan millennial. Seperti menciptakan varian nutella, matcha, red velvet, tiramisu, dan rasa lainnya yang tidak seperti stick mozzarella pada umumnya.

Peluang usaha adalah sebuah kesempatan yang dimiliki oleh semua orang yang mempunyai jiwa kreatifitas dalam dirinya untuk memulai sebuah usaha (Wahyu, 2021:31). Peluang usaha merupakan suatu potensi pasar terhadap bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan ataupun keinginan pelanggan. Peluang usaha muncul ketika seorang pengusaha mendapat ide bisnis, mengidentifikasi ide tersebut apakah bersifat komersial atau tidak dan kemudian jika ide tersebut bersifat menjual (komersial) akan dikembangkan menjadi suatu bagian bisnis yang diharapkan menjadi tren dikalangan publik.

Peluang itu selalu ada, tapi tidak semua orang mampu memanfaatkan peluang yang ada. Elda Susanti melihat adanya peluang yang cukup menjanjikan dalam jangka panjang jika ia menjual makanan stick mozzarella. Makanan ini tengah viral atau digemari oleh kalangan millennial. Dikutip dari hasil sensus penduduk pada tahun 2020, jumlah generasi millennial atau warga

berusia 24-39 tahun di Indonesia sebanyak 69 juta jiwa atau setara dengan 25,87% dari penduduk Indonesia. Terlihat bahwa penduduk Indonesia saat ini hampir setengahnya didominasi oleh generasi muda. Apalagi dengan pesatnya kemajuan teknologi, yang mana semua kegiatan dapat dilakukan melalui sosial media termasuk pemasaran. Dan generasi muda saat ini menjadi generasi yang aktif dalam menggunakan media sosial. Tak heran jika jenis makanan ini sangat digemari karena sering keluar di media sosial sehingga penggunanya menjadi penasaran akan makanan ini.

Menjaga komunikasi dalam bisnis juga merupakan hal yang penting, baik komunikasi dengan karyawan maupun komunikasi dengan konsumen. Komunikasi yang baik dengan konsumen ditujukan agar usaha yang dijalankan dapat dipercaya oleh konsumen. Komunikasi yang baik dengan karyawan ditujukan untuk menjaga hubungan yang baik antara pemilik usaha dan juga karyawan. Elda Susanti yang kini sudah memiliki empat cabang usaha makanannya dan juga sedang berkuliah, tentu saja tidak memiliki banyak waktu untuk melihat semua bisnisnya dalam sehari. Untuk itu Elda Susanti selalu melakukan komunikasi dengan karyawannya untuk mengetahui seperti apa keadaan usahanya saat ini, apakah ada kendala ataupun kemajuan lainnya.

Tidak semua pemilik suatu usaha mampu bersikap baik maupun berkomunikasi yang baik terhadap karyawan. Hal ini juga

diutarakan oleh salah satu karyawan Elda yang mengatakan bahwa atasannya sekarang yaaitu Elda memiliki sikap yang lebih ramah disbanding atasannya yang dulu. Hal ini menjadi nilai lebih tersendiri bagi Elda yang membuat karyawannya betah untuk bekerja bersamanya. Sikapnya yang baik dan tidak ragu untuk membantu karyawannya, menjadikannya sosok atasan yang dihormati oleh karyawannya.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap Elda Susanti melalui observasi dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa :

1. Secara konsteks komunikasi intrapersonal, informan mengaku bahwa komunikasi interpersonal yang baik dapat memunculkan minat dan motivasi dalam memulai sebuah usaha.
2. Konsep diri yang dimiliki oleh informan selaku pengusaha muda adalah konsep diri pribadi, konsep diri moral etik, konsep diri sosial, dan konsep diri keluarga. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sikap mandiri, pantang menyerah, selalu berinovasi, mampu melihat peluang usaha kedepannya atau dalam jangka waktu yang panjang, selalu menjaga komunikasi antara keluarga dan juga karyawannya.

#### B. SARAN

Berdasarkan hasil temuan yang diuraikan dalam penelitian ini, ada beberapa saran yang sekiranya perlu diperhatikan. Bagi penelitian lanjutan, diharapkan agar peneliti lain yang akan membahas kajian yang sama dengan peneliti lakukan unruk dapat membahasnya dengan lebih intensif. Bagi mahasiswa ilmu komunikasi yang akan melakukan penelitian mengenai konsep diri pengusaha muda, agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Rakhmad, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Lubis, Namora Lumangga. 2011. *Memahami Dasar-Dasar Konseling dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Kencana
- Fajar M. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graham Ilmu
- Wiryanto. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo
- Cangara, Hafied. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan Kedua. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Bungin, M. Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana
- Hardjana, Ande. 2000. *Audit Komunikasi Teori dan Praktek*. Jakarta: Grasindo
- Baron, R.A. dan Byrne, D. 2005. *Psikologi Sosial*. Edisi Kesepuluh: Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Taylor, Shelley E., Letitia Anne Peplau & David O. Sears. 2009. *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Creswell, Jhon W. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Kuswadi. 2004. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Renika Cipta
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif.: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

- Widjaja, A.W. 2000. *Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta
- Budyatna, Muhammad & Leila Mona. 2011. *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Kencana
- Singgih D. Gunarsa. 2008. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. BPK Gunung Mulia, Jakarta.

## JURNAL

- Natasha, T. P., Safar, I., & Nurdin, N. (2021). MOTIVASI BERWIRSAUSAHA PADA PENGUSAHA MUDA DI KOTA MAKASSAR. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 3(2), 61-66
- Paulina, Irene. Wardoyo. 2012. *Pengaruh kecerdasan emosi, sikap mandiri, dan lingkungan terhadap intense berwirausaha pada mahasiswa universitas Gunadarma*. Jurnal dinamika manajemen, volume 3, nomor 1, Maret 2012 jurusan manajemen fakultas ekonomi univrsitas negeri semarang.
- Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), h.85
- WAHYU, R. (2021). Analisis Kemampuan Wirausaha dan Peluang Usaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Kegiatan Pelaku UKM binaan UKM Center Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*, 1(01)