

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

GAYA KOMUNIKASI *FOUNDER MODELLING SCHOOL*
DENGAN DESAINER BUSANA
(STUDI KASUS TERHADAP *DS MODELING SCHOOL* PEKANBARU)

SKRIPSI

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



CINTHYA ARMA APRILIA

NPM : 179110106
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI : HUMAS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim.

Alhamdulillah, Atas Izin Allah SWT inilah rasa syukur yang tak terkira. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselasaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

Ibunda dan Ayahanda Tercinta sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu (Hj. Pitnorita) dan Ayah (H. Abdul Rahman, H.S) yang telah memberikan kasih sayang, secara dukungan, ridho, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Ibu dan ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku serta selalu meridhoiku melakukan hal yang lebih baik, Terima kasih Ibu, Terima kasih Ayah.

Kakak - Kakak dan Adikku sebagai tanda terima kasih, aku persembahkan karya kecil ini untuk kakakku (Maria Arma Yulita, S.H dan Ledyana Arma Yunita, S.Pd) dan adikku (Sayyed Ahmad Hafiz). Terima kasih telah memberikan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik yang engkau berikan menjadikan ku orang yang baik pula, Terima kasih kakak-kakakku dan adikku.

Tanpa mereka, karya ini tidak akan pernah tercipta.



Dokumen ini adalah Arsip Mlik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

MOTTO

“ Dari sebuah kegagalan dan kesalahanlah yang mengajarkan kita untuk tumbuh mejadi pribadi yang lebih baik lagi kedepannya. “

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

*Alhamdulillahirabbil'alam*in, Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini guna menyelesaikan persyaratan dari pembuatan Tugas Akhir yang berjudul *Gaya Komunikasi Founder Modelling School Dengan Desainer Busana (Studi Kasus Terhadap DS Modelling School Pekanbaru)*. Tidak lupa shalawat beserta salam kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan dan penuh ketidaktahuan, menuju zaman yang terang menerang dan penuh ilmu pengetahuan.

Skripsi ini merupakan salah satu implementasi dari ilmu pengetahuan yang telah didapat selama masa perkuliahan, sekaligus sebagai salah satu syarat penyusunan skripsi dalam menyelesaikan program studi Strata Satu (S1) guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Islam Riau. Penulis menyadari bahwa penulisan proposal ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari semua pihak sehingga sepatutnya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi penelitian ini, yakni kepada:

1. Terimakasih kepada bapak Dr. Muhd Ar. Imam Riauan, S. Sos., M. I. Kom Sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Islam

Riau.

2. Terimakasih kepada Bunda IDAWATI, M.I.Kom selaku pembimbing dalam penelitian ini penuh kesabaran dan memberi banyak ilmu pengetahuan khususnya dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam skripsi ini.
3. Terimakasih Kepada ibu Dyah Pithaloka, M.Si dan bapak Benni Handayani, M.I.Kom selaku penguji skripsi saya, yang mana telah meberikan arahan dan sekaligus saran dalam skripsi saya ini.
4. Terimakasih kepada ibu Dr. Fatmawati, S.IP., MM sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Terimakasih kepada Ibu Bapak Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah mencurahkan tenaganya untuk mendidik saya hingga saya sampai ke titik ini.
6. Terimakasih kepada seluruh Karyawan dan Staff di lingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan didikan dan bimbingan selama melaksanakan studi, serta seluruh karyawan Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau atas bantuannya memperlancar urusan selama penelitian ini.
7. Terimakasih kepada pasangan dan seluruh teman-teman yang selalu memberikan semangat dalam penyelesaian penelitian ini.
8. Terimakasih kepada seluruh infoman saya dalam penelitian ini yang telah memberikan informasi yang mendalam tentang Gaya

Komunikasi *Founder Modelling School* Dengan Desainer Busana (Studi Kasus Terhadap DS *Modelling School* Pekanbaru).

9. Serta semua pihak yang ikut serta membantu penulisan dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu. Semoga bimbingan, bantuan dan semangat yang telah di berikan mendapat balasan berupa pahala dari Allah SWT.

Penulis sangat menyadari dengan sepenuhnya bahwa proposal ini baik isi maupun pembahasannya masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis harapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembacadaan semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Amiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 02 Desember
2021
Penulis

Cinthya Arma Aprilia

DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Berita Acara Ujian Komprehensif Skripsi	
Lembaran Pengesahan	
Lembaran Pernyataan	
Halaman Persembahan	
Halaman Moto	
Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar	vi
Daftar Lampiran	vii
Abstrak	
.viii	
<i>Abstract</i>	
...ix	
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian	6
C. Pembatasan Masalah Penelitian	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Literatur	9
1. Komunikasi	9
2. Gaya Komunikasi	15
3. Definisi <i>Model</i>	25
4. Sekolah <i>Modelling (Modelling School)</i>	28
5. Desainer Busana	30
B. Devinisi Operasional	31
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Metode Penelitian	34
B. Subjek dan Objek Penelitian	37
1. Subjek Penelitian	37
2. Objek Penelitian	38
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
1. Lokasi Penelitian	38
2. Waktu Penelitian	38
D. Jenis dan Sumber Data	39
1. Jenis Data	39

2. Sumber Data.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	43
G. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIANiv	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
B. Hasil Penelitian.....	54
C. Pembahasan Penelitian.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
Daftar Pustaka	
Lampiran	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Proses Komunikasi	11
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	33
Tabel 3.1 Subjek Penelitian	37
Tabel 3.2 Waktu Penelitian	39
Tabel 4.1 Struktur Organisasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Spanduk DS Modelling School Pekanbaru	47
Gambar 4.2 Logo DS Modelling School Pekanbaru	47
Gambar 4.3 Siswa DS Modelling School	49
Gambar 4.4 Catwalk DS Modelling School	50
Gambar 4.5 Siswa sedang berlatih koreografi	51
Gambar 4.6 Siswa bersama pelatih Public Speaking Vinnoyatta	52
Gambar 4.7 DS Modeling School berlatih Make Up dengan Wardah Kosmetik	52
Gambar 4.8 Siswa bersama Pelatih Dance yaitu Nur Qodri	53
Gambar 4.9 Photo Session Siswa DS Modelling School	54



DAFTAR LAMPIRAN
vi

- Lampiran 1 SK Pembimbing
- Lampiran 2 Daftar Wawancara
- Lampiran 3 Dokumentasi
- Lampiran 4 Biodata Peneliti

Abstrak

GAYA KOMUNIKASI *FOUNDER MODELLING SCHOOL* DENGAN DESAINER BUSANA (STUDI KASUS TERHADAP *DS MODELING SCHOOL* PEKANBARU)

Cinthya Arma Aprilia

179110106

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Gaya Komunikasi DS *Modelling School* dengan desainer-desainer busana yang ada di Pekanbaru. Temuan ini merupakan jenis penelitian kualitatif, berdasarkan pertimbangan pada penelitian guna mendeskripsikan serta memahami data, menginterpretasikan, dan juga mengembangkan konsep dari hasil lapangan. Temuan ini dilakukan untuk mencari data, fakta, penggambaran/keadaan dan sejauh mana menjelaskan secara deskriptif yang bertujuan untuk menggali fakta yang bersangkutan tentang Gaya Komunikasi Founder DS *Modelling School* Dengan Desainer Busana. Peneliti melakukan wawancara dan pengamatan langsung terhadap setiap informan dalam penelitian ini. Gaya komunikasi dipengaruhi oleh situasi, bukan kepada tipe seseorang. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda, baik ketika mereka sedang senang, sedih, marah, tertawa ataupun bosan. Proses gaya komunikasi yang terjadi di DS *Modeling School* Pekanbaru cenderung menggunakan tipe gaya komunikasi: Gaya Santai (*relaxed style*), Gaya Terbuka (*open style*), dan Gaya Bersahabat (*friendly style*).

Kata Kunci : Gaya Komunikasi, *Modelling School*, Desainer Busana

Abstract

FOUNDER MODELING SCHOOL COMMUNICATION STYLE WITH CLOTHING DESIGN (CASE STUDY ON DS MODELING SCHOOL PEKANBARU)

Cinthya Arma Aprilia

179110106

This study aims to determine how the Founder DS Modeling School's communication style with fashion designers in Pekanbaru. This study uses a qualitative research type, with the basic considerations in this study aiming to understand and describe the data, develop concepts, and interpret the data obtained from the field. The research was conducted to find data, facts, descriptions/conditions and the extent to which they explain descriptively which aims to explore the relevant facts about the Founder Modeling School Communication Style With Fashion Designers. Researchers conducted interviews and direct observations of each informant in this study. Communication style is influenced by the situation, not the type of person. Everyone will use different communication styles, whether they are happy, sad, angry, laughing or bored. The process of communication style that occurs at DS Modeling School Pekanbaru tends to use the types of communication styles: relaxed style, open style, and friendly style.

Keywords: *Communication Style, Modeling School, Fashion Designer*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Setiap manusia ditakdirkan untuk menjadi makhluk sosial. Hal tersebut dikarenakan manusia tidak bisa hidup dalam kesendirian dan manusia diciptakan berpasangan. Mereka membutuhkan interaksi yang bisa terjalin antara sesama dan juga membutuhkan suatu komunikasi yang baik guna dalam hal bertukar pikiran, dan informasi. Semua hal yang kita kerjakan tanpa kita sadari memerlukan adanya komunikasi. Komunikasi tersebut tidak hanya dari mengeluarkan beberapa kata, tetapi juga mampu memberikan simbol-simbol terhadap lawan bicara dan itupun bisa dikatakan sebuah komunikasi.

Komunikasi dinyatakan sebagai hal dasar di dalam hidup manusia. Sebuah komunikasi bisa menimbulkan suatu fenomena guna membentuk suatu masyarakat ataupun komunitas terintegrasi dari informasi, individu yang saling berbagi informasi (*information sharing*) guna bersama-sama mencapaikan sebuah target/tujuan. Sederhananya suatu komunikasi tersebut terjadi dengan adanya kesamaan dari penyampai pesan dan yang menerimanya. Dijelaskan oleh Suwardi (2005: 13) bahwa dalam hal ini komunikasi atau *communication* dari bahasa Latinnya "*communis*". *Communis* dari bahasa Inggris "*commun*" artinya adalah sama. Jika seseorang melakukan komunikasi (*to communicate*) berartikan ia ada di dalam sebuah keadaan yang sama-sama akan menimbulkan

kesamaannya antar lawan bicara.

Moor (dalam Maria dkk, 2016: 2) mengemukakan dari penyampaian pengertian antar individu itu merupakan sebuah komunikasi. Perihal memahami suatu komunikasi sebagai proses satu arah tersebut dapat tidak sengaja dan tidak direncanakan oleh seseorang, seperti nada suaranya, mimik muka, gerakan tubuh dan lainnya semua tersebut dilakukan dengan sendirinya. Suatu hal yang dikerjakan dengan sengajanya oleh manusia guna penyampaian pesannya kepada orang lain untuk dapat memenuhi kebutuhannya.

Komunikasi juga dipahami sebagai suatu bentuk komunikasi interaksi, yaitu komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian. Dalam konteks ini, komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan, baik verbal maupun nonverbal kepada komunikan yang langsung memberikan respon berupa verbal maupun nonverbal secara aktif, dinamis, dan timbal balik. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsep komunikasi sebagai proses satu arah memfokuskan pada penyampaian pesan secara efektif dan menjelaskan bahwa kegiatan komunikasi bersifat *persuasive* (Mulyana, 2001: 61).

Melakukan suatu komunikasi adalah sebuah hal lumrah dan utama, kapanpun dan dimanapun kita berada, komunikasi tersebut mampu membuat seseorang menambah ilmu pengetahuannya serta penyesuaian dirinya dengan orang lain. Berdasarkan proses komunikasi setiap individu akan mendirikan konsep dirinya sendiri, akan kemampuannya dan

pemahaman dirinya serta mendapatkan motivasi. Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang (Wiryanto, 2004: 7).

Pelaksanaan sebuah komunikasi dari setiap individu bisa berpengaruh dari gaya komunikasinya. Setiap orang dan masing-masing antara orang akan memiliki gaya komunikasinya yang berbeda. Gaya komunikasi yang berbeda tersebut bisa berbentuk suatu perbedaan model dalam berkomunikasi dan ciri-cirinya, tata cara penyampaian komunikasinya, baik tanggapan serta ekspresinya dalam melakukan komunikasi.

Gaya komunikasi merupakan cara seseorang berinteraksi secara verbal ataupun nonverbal dengan tujuan memberi pemahaman atau tanda agar komunikan dapat mengerti dengan istilah-istilah yang disampaikan. Gaya komunikasi setiap orang akan berbeda-beda sesuai dengan kondisi dan keadaan yang dihadapi individu. Dengan adanya gaya komunikasi, seseorang dapat menilai dan memberi makna adanya ekspresi gembira, marah, sedih, suka, benci, bosan, dan lain sebagainya. Gambaran ini juga mampu mengungkapkan karakter seseorang. Gaya komunikasi secara tidak langsung juga mampu menentukan citra diri seseorang. Citra positif yang dimiliki seseorang akan berpengaruh pada minat dan banyaknya orang lain yang menyukainya. Sebaliknya jika gaya komunikasi seseorang hanya memberikan gambaran yang negatif terhadap dirinya, maka akan

banyak orang yang menolak dan tidak tertarik untuk bekerjasama ataupun berkomunikasi dengannya (Nur Asiah, 2021: 4-5).

Seorang *modelling* akan disorot menjadi paling intens didalam dunia fotografi. Oleh sebab itu, kita tidak heran profesi *modelling* akan menjadi suatu profesi yang menjanjikan untuk seseorang. Seorang *modelling fashion* dapat dikatakan sebagai penyalur komunikasi. Ia mampu berkomunikasi melalui *fashionnya*. Karena *fashion* adalah salah satu bentuk komunikasi nonverbal.

Adapun bakat dimiliki karena adanya potensi yang tertanam di dalam pribadi seorang *modelling* adalah mempunyai kemampuan berjalan dengan baik, ia juga mempunyai aura wajah yang fotogenik, serta kemampuan berkomunikasi yang baik. Model adalah *public figure* yang harus mempunyai *attitude*, karakter atau komersial di dunia *modelling*. Model harus memiliki suatu karakter yang tercipta di atas panggung. Setiawan (2007) menjelaskan bahwa model adalah contoh, acuan, atau ragam dari sesuatu yang dihasilkan.

Modelling didefinisikan sebagai hal menjadikan pria atau wanita model, mereka yang dasarnya berbakat atau agensi karena sekolah (kursus) yang mendidik mereka (Azhri, 2012). Dunia *modelling* sering dikaitkan dengan kecantikan dan ketampanan. Di dunia Barat, yang dinamakan dengan *new look* bukan lagi wajah yang cantik sempurna dan tubuh yang indah, melainkan apa yang disebut dengan *personality* atau kepribadian. Di zaman sekarang seorang peragawati atau peragawan tak

cukup berbekalan dari tampilan tubuh dan wajahnya yang indah, namun diharuskan mampu mempelajari *Personal Branding Class* yaitu MC, *Public Speaking*, serta *Modelling Class* dan *Beautyfashion Class*.

Salah satu cara untuk menjadi model yang berkualitas adalah dengan cara berlatih untuk mengasah kemampuan. Dilihat dari hal tersebut diperlukan adanya tampungan atau tempat yang bisa mengarahkan segala bentuk pembelajaran dan materi-materi yang berkaitan dengan dunia model agar tepat sasaran. Sesuai dengan pendapat Davis dalam Malcon *"Fashion Sebagai Komunikasi"*, ia menjelaskan bahwa demi bisa menampilkan sebuah gaya *fashion*, *fashion* tersebut mampu menunjukkan identitas diri seseorang, dan juga dapat sebagai sebuah komunikasi nonverbal dikarenakan tidak adanya penggunaan kata-kata baik hal lisan maupun tertulis (Malcon, 2016: 3).

Dari pendapat Malcon Barnard tersebut, seseorang yang tergabung didalam sekolah *modelling* terlihat ingin mencari identitas dirinya melalui penampilan. Sesuai dengan tujuan awal dan keinginan bergabungnya seorang *modelling* dalam komunitas dunia *modeling*, para *modelling* menginginkan untuk menemukan identitasnya dirinya. Sekolah *Modelling* bisa menjadi wadah pembelajaran yang memberikan pelatihan-pelatihan ataupun pendidikan khusus guna tercapainya tujuan yang diinginkan. Tujuan tersebut antara lain, membentuk seorang model yang memiliki pribadi yang *Beauty, Brain and Behavior*.

Wajah seseorang yang anggun tidak bisa hanya dilihat dari fisiknya

saja, tetapi juga dari wawasannya yang luas dan perilakunya yang elok. Melalui Sekolah *Modelling* seseorang akan diajarkan berbagai pengetahuan, tidak hanya diajarkan berjalan dengan baik di atas panggung, melainkan mengajarkan beretika yang baik, *make-up*, *public speaking*, *table manner* serta seni peran. Pengetahuan baru tentang penampilan fisik dan etika dari seorang siswa yang menekuni Sekolah *Modelling* akan menambahkan rasa percaya diri saat tampil dan mendapatkan nilai yang positif dari orang lain. Tentunya hal tersebut mampu memberikan kecukupan dukungannya dalam membentuk identitas dirinya siswa tersebut (Maria Festa, 2007: 21). Ratih Sanggarwaty (2003: 2) menjelaskan bahwa *modelling* adalah suatu usaha yang menjual berupa jasa yang dimana seseorang menjadi perantara dari desainer-desainer kepada pribadi pemakai. Sosok *modelling* digunakan sebagai pemain komunikasi busana-busana ataupun produk-produk ke khalayak.

Dalam menjalankan dan mengembangkan karir para model atau anak didikannya, seorang *Founder* atau pemilik *Modelling School* diharapkan untuk bisa berkomunikasi dengan setiap desainer secara baik dan profesional demi terjalinnya kerjasama yang baik untuk kedepannya. Dari uraian yang telah dimuat di atas, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana gaya komunikasi seorang *founder Modelling School* terhadap desainer-desainer yang ada.

Dalam menjalani kariernya, *DS Modelling School* Kota Pekanbaru berusaha mampu mempertahankan eksistensinya, sebagai *Modelling*

School yang memiliki identitas yang baik untuk bisa menjadi *Modelling School* yang *profesional* dalam dunia *fashionable*, dan juga meningkatkan kredibilitas yang khas dari *modelling* lain. Terkait dengan hal tersebut, maka peneliti tertarik mendalami penelitian bagaimana gaya komunikasi *Founder DS Modelling School* Pekanbaru dengan Desainer Busana di Pekanbaru.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Dari penelitian ini masalah yang bisa diidentifikasi yaitu

1. Gaya Komunikasi yang digunakan *Founder DS Modelling School* Pekanbaru dengan desainer busana.
2. Karakteristik *Founder DS Modelling School* Pekanbaru
3. Citra Diri *Founder DS Modelling School* Pekanbaru

C. Pembatasan Masalah

Dari temuan pada masalah yang telah dijabarkan tersebut di atas, maka peneliti merumuskan permasalahannya sebagai berikut: Gaya Komunikasi *Founder Modelling School* Dengan Desainer Busana (Studi Kasus Terhadap *DS Modelling School* Pekanbaru)

D. Rumusan Masalah

Bagaimana Gaya Komunikasi *Founder Modelling School* Dengan Desainer Busana (Studi Kasus Terhadap *DS Modelling School* Pekanbaru)?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memahami dan mendeskripsikan Gaya Komunikasi *Founder Modelling School* Dengan Desainer Busana (Studi Kasus Terhadap DS *Modelling School* Pekanbaru).

2. Manfaat Penelitian

Manfaat praktis Penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan masukan kepada Sekolah Model *DS Modeling School* Pekanbaru

Manfaat teoritis

- a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambahkan khazanah ilmu pengetahuan khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.

Manfaat praktis

- a. Diharapkan dapat menjadi sebuah bahan referensian, kajian-kajian, dan rujukan akademisi serta mampu meningkatkan wawasan bagi peneliti lapangan juga.
- b. Penelitian ini menunjukan data lapangan mengenai Gaya Komunikasi *Founder Modelling School* Dengan Desainer Busana (Studi Kasus Terhadap DS *Modelling School* Pekanbaru) melalui komunikasi profesional untuk menjadikan pengacuan demi mencapai sasaran yang tepat jika terdapat permasalahan yang sama dengan penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

Dalam kajian literatur ini, peneliti akan menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan kajian Gaya Komunikasi *Founder Modelling School* Dengan Desainer Busana (Studi Kasus Terhadap DS *Modelling School* Pekanbaru). Kajian-kajian literatur adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi

Pada awal mulanya, istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris

communication adalah kata yang berasal dari bahasa Latin *communicatio* dan *communis* yang mempunyai arti *sama makna*. Dengan arti *sama makna*, sebuah komunikasi diantara 2 orang terjadi minimal adanya kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan (Effendy, 2011: 9). Komunikasi menurut Sobur (2006: 157) merupakan hal yang dipakai demi menunjukkan perihal kesepakatan kelompok orang. Komunikasi merupakan kata yang bisa dipahami sebagai proses seorang individu menanggapi perilaku simbolik pribadi lainnya. Menurut Adler & Rodman (2006: 4), ia menyatakan bahwa *gesture*, bahasa, tanda, dan kata adalah poin-poin dari *symbol* yang dipakai seseorang demi menyampaikan sesuatu ke orang lain. Jadi dapat disimpulkan bahwa poin-poin di atas akan digunakan dan dipelajari dalam ilmu komunikasi, bisa juga bagaimana implikasi pemakaian yang muncul dari penggunaannya berbagai *symbol* tersebut.

Banyak Ahli-ahli terdahulu menyimpulkan komunikasi dari pandangan masing-masing. Komunikasi menurut Lawrence Kincaid & Everett M. Rogers (dalam Wiryanti 1994: 6) disimpulkan sebagai proses sesuatu antara dua orang atau lebih dalam melakukan pertukaran informasinya dari satu sama lainnya, dengan giliran yang tertampil saling pengertian. Menurut Harold D. Lasswell (dalam Wiryanto 2004: 6) komunikasi dapat digambarkan dengan baik dari menjawab pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*. Menurut Shannon dan Weaver (dalam Wiryanto, 2004: 7) komunikasi adalah

bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi *verbal*, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan: (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku. (Hafied, 2011: 18)

Pada dasarnya Saefullah (2007: 2) menyatakan bahwa para ahli terdahulu mengusahakan menerjemahkan suatu komunikasi itu dari berbagai perspektif. Baik dimulai dari perspektif psikolog, filsafat, maupun sosiologi. Sehingga, beragam definisi-definisi bisa diungkap oleh para ahli di atas maka komunikasi dapat diartikan secara umum sebagai sebuah penyampaian pesan ataupun informasi baik verbal maupun nonverbal dengan komposisinya makna tertentu atau lebih dapat disampaikan sebagai penyampai informasi atau gagasan dari seseorang kepada orang lain baik itu berupa pikiran dan perasaan-perasaan dengan menggunakan saluran lainnya.

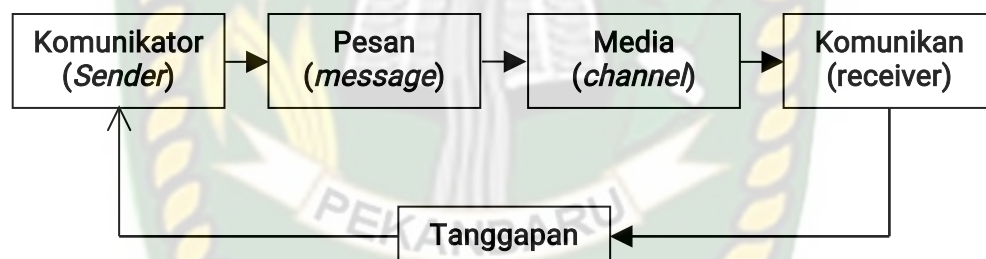
a. Proses Komunikasi

Menurut Arni (2001: 5) Proses komunikasi merupakan unsur terpenting dalam menentukan berhasil atau tidaknya proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang menjadi tujuan utama dari komunikasi. Jika proses ini berjalan dengan baik, maka hasilnya juga

pasti sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator. Begitupun sebaliknya, jika proses komunikasi sudah berantakan, maka komunikasi tidak akan berjalan dengan efektif. Proses komunikasi yang salah yang kemudian menimbulkan *misunderstanding* atau salah paham. Hal ini dikarenakan proses komunikasi merupakan sebuah jalan yang menjadi perantara penyampaian informasi. Jika jalan tersebut putus atau rusak maka hasilnya pasti berantakan.

Proses berlangsungnya komunikasi dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 2.1. Proses Komunikasi



Sumber : Arni Muhammad (2001: 5)

1) Komunikator (*sender*)

Komunikator (*sender*) mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dituju. Pesan yang diberikan (disampaikan) bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun lewat simbol-simbol yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.

2) Pesan (*message*)

Pesan (*message*) disampaikan melalui suatu media atau saluran baik

secara langsung maupun tidak langsung. Misal: berbicara langsung melalui telepon, e-mail, surat atau media lainnya (butuh rujukan) media (*channel*).

3) Komunikan (*receiver*)

Komunikan (*receiver*) menerima pesan yang disampaikan dan menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang dimengerti oleh komunikan itu sendiri. Kemudian ia memberikan umpan balik (*feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan, apakah dia mengerti atau memahami pesan yang dimaksud oleh si pengirim.

b. Bentuk Komunikasi

Susanto (2010: 7) menyatakan bahwa ada lima konteks komunikasi, yaitu:

- 1) Komunikasi interpersonal (*intrapersonal communication*) merupakan proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Komunikasi ini umumnya membahas proses pemahaman, ingatan dan interpretasi terhadap simbol yang ditangkap melalui panca indera. Lebih jelasnya dapat dikatakan bahwa komunikasi ini merupakan komunikasi yang terjadi terhadap diri sendiri, yang dilakukan dengan sengaja atau tidak sengaja.
- 2) Komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*) merupakan proses dimana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggungjawab secara timbal

balik dalam menciptakan makna. Komunikasi antarpribadi merupakan rangkaian sistematis perilaku yang bertujuan yang terjadi dari waktu ke waktu dan berulang kali (Budyatna dan Leila, 2011: 14). Komunikasi perorangan bersifat pribadi, baik secara langsung tanpa medium, ataupun langsung melalui medium. Contohnya percakapan tatap muka (*face to face communication*), percakapan melalui telepon, surat menyurat pribadi. Komunikasi ini banyak membahas tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, dipertahankan atau mengalami kemunduran. Richard L Weaver (2011: 15) memberikan karakteristik komunikasi antarpribadi yaitu melibatkan paling sedikit dua orang, adanya umpan balik atau *feedback*, tidak harus tatap muka, tidak harus bertujuan, menghasilkan beberapa pengaruh atau *effect*. Tidak harus melibatkan atau menggunakan kata-kata, namun dipengaruhi oleh konteks.

- 3) Komunikasi kelompok (*group communication*) menitikberatkan pembahasan pada interaksi diantara orang-orang dalam kelompok kecil yang terdiri dari beberapa orang yang bekerja untuk mencapai tujuan bersama. Komunikasi kelompok berkisar kepada dinamika kelompok, efisiensi dan efektivitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola atau bentuk interaksi, serta pembuatan keputusan dalam kelompok yaitu sebuah rasa kebersamaan dalam kelompok sinergi sebagai proses dari berbagai sudut pandang untuk

mengatasi berbagai permasalahan.

- 4) Komunikasi organisasi (*organizational communication*) merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Romli (2011: 2) menjelaskan komunikasi organisasi melibatkan komunikasi formal, informal, komunikasi interpersonal maupun komunikasi kelompok. Pembahasan dititik beratkan kepada struktur dan fungsi organisasi, hubungan antar manusia, komunikasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi. Ada tiga fungsi umum komunikasi organisasi yaitu (1) produksi dan pengaturan (2) pembaharuan (*innovation*), (3) sosialisasi dan pemeliharaan (*socialization and maintenance*). Dari fungsi tersebut pada dasarnya komunikasi memiliki eksistensi yang kuat terhadap dinamika organisasi. Dengan kata lain, komunikasi merupakan faktor yang berperan dalam perkembangan atau kemunduran organisasi.
- 5) Komunikasi massa (*mass communication*) merupakan proses penciptaan makna yang sama diantara media massa dan para komunikannya. Proses komunikasi massa melibatkan aspek komunikasi intrapersonal, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi. Teori komunikasi massa memfokuskan pada struktur media, hubungan media dan masyarakat, hubungan antara media dan khalayak, aspek budaya

dari komunikasi massa serta dampak hasil komunikasi massa terhadap individu (Stanley, 2009: 6).

c. Tujuan Komunikasi

Setiap individu yang berkomunikasi pasti memiliki tujuan. Secara umum tujuan komunikasi adalah agar lawan bicara mengerti dan memahami maksud pesan yang disampaikan, diharapkan dapat mendorong adanya perubahan opini, sikap, maupun perilaku. Dalam berkomunikasi, komunikator pasti memiliki suatu tujuan tertentu. Tujuan dari komunikasi menurut Effendy (2003: 55) dibagi menjadi empat yaitu:

- 1) Perubahan sikap (*attitude change*). Seorang komunikan setelah menerima pesan kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi kita berusaha mempengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar ia bersikap positif sesuai keinginan kita.
- 2) Perubahan opini/pendapat (*opinion change*). Komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami apa yang di maksud komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikan.
- 3) Perubahan perilaku (*behavior change*). Komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku maupun tindakan seseorang, Misal: kampanye kesehatan misalnya mengenai merokok menyebabkan gangguan kesehatan. Setelah mengikuti kampanye tersebut seorang perokok misalnya kemudian berusaha mengurangi/ berhenti merokok.

4) Mengubah masyarakat (*society change*). Membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yang makin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal.

2. Gaya Komunikasi

Manusia mengucapkan atau menuliskan kata-kata untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan yang memotivasi, menyatakan belaskasihan, menyatakan kemarahan, menyatakan pesan agar suatu perintah cepat dikerjakan, semua kombinasi ini adalah gaya komunikasi. Gaya komunikasi tersebut berperan untuk menentukan batas-batas tentang kenyataan dunia yang sedang dihadapi, tentang relasi dengan sesama tentang hubungan dengan suatu konsep tertentu. Keterampilan berkomunikasi melalui gaya komunikasi, mengisyaratkan kesadaran diri pada *level* yang tinggi.

Setiap orang mempunyai gaya komunikasi yang bersifat personal, itu gaya khas seseorang waktu berkomunikasi. Gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik. Gaya yang dimaksud sendiri dapat bertipe verbal yang berupa kata-kata atau nonverbal berupa vokalik, bahasa badan, penggunaan waktu dan penggunaan ruang dan jarak (Widjaja, 2000: 57).

Pengalaman membuktikan bahwa gaya komunikasi sangat penting dan bermanfaat karena akan memperlancar proses komunikasi dan menciptakan hubungan yang harmonis. Masing-masing gaya komunikasi

terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapat mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*).

Norton, Kirtley dan Weaver (dalam Liliweri 2011: 309) mendefinisikan gaya komunikasi proses kognitif yang mengakumulasi bentuk suatu konten agar dapat dinilai secara makro. Setiap gaya selalu merefleksikan bagaimana setiap orang menerima dirinya ketika dia berinteraksi dengan orang lain. Gaya komunikasi dapat dilihat dan diamati ketika seseorang berkomunikasi baik secara verbal (bicara) maupun nonverbal (ekspresi wajah, gerakan tubuh dan tangan serta gerakan anggota tubuh lainnya).

Berbagai gaya komunikasi yang digunakan seorang *founder modelling school* juga berbeda untuk membentuk citra dirinya yang positif dalam pemikiran orang. Gaya komunikasi adalah suatu kekhasan yang dimiliki setiap orang dan gaya komunikasi antara orang yang satu dengan orang yang lainnya berbeda. Perbedaan antara gaya komunikasi antara satu orang dengan lainnya dapat berupa perbedaan dalam ciri model dalam berkomunikasi, tata cara berkomunikasi, cara berekspresi dalam berkomunikasi dan tanggapan yang diberikan atau ditunjukkan pada saat berkomunikasi.

a. Tipe Dasar Gaya Komunikasi

Menurut Canggara (2011: 1) Ada empat tipe dasar yang digunakan untuk menggambarkan gaya komunikasi seseorang yaitu:

1) Komunikaasi Pasif.

Seseorang dengan komunikasi pasif ini tidak pernah membela diri sendiri, jika seorang komuniktor pasif, mereka akan menghindari untuk mengungkapkan pikiran, perasaan dan opininya. Ketika seseorang mengekspresikan perasaan sendiri dengan cara meminta maaf yang terkadang diabaikan oleh orang lain. Bahkan sebagai komunikator pasif, seseorang akan mengizinkan orang lain untuk mengambil keuntungan dengan melanggar hak-hak diri sendiri. Akibatnya, seseorang dengan tipe seperti ini akan merasa cemas, terjebak dan putus asa karena dirinya berada diluar kendali hidup. Perilaku seseorang dengan tipe ini membiarkan orang lain untuk mendominasi. Komunikator pasif dapat menjadi komunikator yang kuat dengan menegaskan dirinya sendiri.

2) Komunikasi Agresif.

Seseorang dengan tipe ini akan tetap mempertahankan diri sendiri secara langsung namun terkadang berperilaku tidak pantas. Komunikasi verbalnya terkesan melecehkan dan melanggar hak orang lain. Pribadi agresif juga berasal dari rasa rendah diri yang dilampiaskan dalam bentuk dominasi kekuasaan. Sebagai komunikator agresif, seseorang mencoba untuk mendominasi dan mengancam, sering mengkritik dan menyalahkan lemahnya orang lain untuk mendapat kekuasaan. Bahasa tubuhnya terlihat sombong dan cepat marah kalau

tidak sesuai dengan keinginan. Sebagai hasilnya, si Agresif ini akan dijaui orang lain dan merasa lepas kendali. Komunikasi agresif melibatkan manipulasi, mereka akan membuat orang lain melakukan apa yang mereka inginkan dengan menginduksi rasa bersalah atau menggunakan intimidasi. Untuk menjadi komunikator yang lebih efektif, haruslah mengekspresikan diri secara langsung, jujur dan harus menghormati orang lain.

3) Pasif-Agresif.

Tipe ini tidak berhubungan langsung dengan masalah. Mereka tampaknya tidak memiliki masalah dengan orang lain, sedangkan secara tidak langsung mengekspresikan kemarahan Anda dan frustrasi. Sebagai komunikator Pasif-Agresif, seseorang ini menggunakan sarkasme, penolakan dan bahasa tubuh yang membingungkan. Komunikator ini, menghindari konfrontasi langsung, namun berupaya untuk mendapatkan bahkan melalui manipulasi. Mereka sering merasa tidak berdaya dan kesal. Mereka sering mengatakan “ya” ketika mereka benar-benar ingin mengatakan “tidak”. Pasif-Agresif komunikator sering sarkatis dan berbicara tidak baik tentang orang-orang dibelakang punggung mereka.

4) Tegas

Seorang komunikator dikatakan kuat jika memiliki tipe ini. Jika seorang komunikator tegas, maka mereka akan efektif menyatakan pikiran dan perasaan secara jelas dan hormat. Mereka menangani masalah tanpa

melanggar atau mengasingkan orang lain. Mereka cenderung memiliki sehat harga diri yang tinggi. Sebagai komunikator tegas, bahasa tubuhnya pun tenang, kontrol diri dan mendengarkan aktif.

b. Faktor Pendukung Gaya Komunikasi

Menurut Sendjadja (dalam Thalita Nur, 2018: 23) ada tujuh Faktor yang dapat mempengaruhi gaya komunikasi, antara lain:

- 1) Kondisi Fisik. Sesuai dengan penjelasan di atas terlihat jelas bahwasannya kondisi fisik di mana seseorang melakukan komunikasi sangat mempengaruhi gaya komunikasi. Seperti halnya ketika kegiatan komunikasi itu dilakukan dengan kapasitas minim dalam muka, hal tersebut akan berakibat pada ketidaknyamanan dan kurangnya kepastian antara si pengirim dan penerima pesan. Selain itu dapat menimbulkan ketidaksesuaian atau kenyamanan antara kedua belah pihak.
- 2) Peran. Persepsi akan peran diri sendiri (sebagai pelanggan, teman, atasan) dan peran komunikator lainnya mempengaruhi bagaimana berinteraksi. Setiap orang memiliki harapan yang berbeda dari peran mereka sendiri dan orang lain, dan dengan demikian mereka akan sering melakukan komunikasi antar satu dengan lainnya.
- 3) Konteks. Historis Sejarah mempengaruhi setiap interaksi. Sejarah bangsa, tradisi spiritual, perusahaan, dan masyarakat dengan mudah dapat mempengaruhi bagaimana memandang satu sama lain, dengan

demikian dapat mempengaruhi gaya komunikasi.

- 4) Kronologi. Bagaimana interaksi itu cocok menjadi serangkaian peristiwa yang mempengaruhi pilihan gaya komunikasi seseorang. Hal tersebut akan membuat perbedaan, jika itu adalah pertama kalinya seseorang berinteraksi tentang sesuatu atau kesepuluh kalinya, jika interaksi masa lalu seseorang telah berhasil atau tidak menyenangkan. Maka akan membuat suatu perbedaan terhadap gaya komunikasi seseorang.
- 5) Bahasa. Bahasa yang kita gunakan, "versi" dari bahasa yang diucapkan misalnya, Aussie, Inggris, atau versi bahasa Inggris Amerika dan kelancaran dengan bahasa tersebut. Semuanya memainkan peran dalam gaya berkomunikasi seseorang. Gaya komunikasi seseorang dalam bahasa Inggris berarti bahwa orang yang terbiasa berbahasa Jepang tidak sepenuhnya memahaminya, dan kemampuan ini akan memberikan batasan pada seseorang untuk sepenuhnya berpartisipasi dan mempengaruhi arah pembicaraan.
- 6) Hubungan. Seberapa baik seseorang mengetahui orang lain, dan seberapa banyak seseorang suka atau percaya dan sebaliknya. Hal ini akan mempengaruhi bagaimana seseorang berkomunikasi. Selain itu, pola mengembangkan hubungan tertentu dari waktu ke waktu sering memberikan efek kumulatif pada interaksi selanjutnya antara mitra relasional.
- 7) Kendala. Metode yang seseorang gunakan untuk berkomunikasi

(misalnya, beberapa orang membenci *e-mail* atau panggilan telepon) dan waktu yang dimiliki hanya tersedia untuk berinteraksi dengan metode di atas. Jenis kendala tersebut akan mempengaruhi cara seseorang berkomunikasi.

c. Jenis-Jenis Gaya Komunikasi

Northon (dalam Alo Liliweri, 2011: 309) mengelompokkan beberapa tipe atau kategori gaya komunikasi kedalam sepuluh jenis, yakni :

- 1) Gaya Dominan (*dominant style*), gaya seseorang individu untuk mengontrol situasi sosial.
- 2) Gaya Dramatis (*dramatic style*), gaya seseorang individu yang selalu "hidup" ketika bercakap-cakap.
- 3) Gaya Kontroversial (*controversial style*), gaya seseorang yang selalu berkomunikasi secara argumentatif atau cepat untuk untuk menantang orang lain.
- 4) Gaya Animasi (*animated style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara aktif dengan memakai bahasa nonverbal.
- 5) Gaya Berkesan (*impression style*), gaya berkomunikasi yang merangsang orang lain sehingga mudah diingat, gaya yang sangat mengesankan
- 6) Gaya Santai (*relaxed style*), gaya seseorang berkomunikasi dengan tenang dan senang, penuh senyum dan tawa.
- 7) Gaya Atentif (*attentive style*), gaya seseorang yang berkomunikasi

dengan memberikan perhatian penuh kepada orang lain, bersikap simpati bahkan empati, mendengarkan orang lain dengan sungguh-sungguh.

- 8) Gaya Terbuka (*open style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dalam tampilan jujur dan mungkin saja blakblakkan.
- 9) Gaya Bersahabat (*friendly style*), gaya komunikasi yang ditampilkan seseorang secara ramah, merasa dekat, selalu member respons positif, dan mendukung
- 10) Gaya yang Tepat (*precise style*), gaya yang tepat dimana komunikator meminta untuk membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.

d. Tujuan Gaya Komunikasi

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, sehingga komunikasi memiliki tujuan dalam kehidupan manusia. Tujuan Komunikasi adalah untuk membangun atau menciptakan pemahaman/pengertian bersama. Daryanto (2011: 148) mengemukakan bahwa tujuan gaya komunikasi antara lain :

- 1) Perubahan Sikap (*Attitude Change*), seorang komunikan setelah menerima pesan, kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi, kita harus berusaha memengaruhi

sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita

- 2) Perubahan Pendapat (*Opinion Change*), dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman disini ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami arti komunikator maka akan tercipta pendapat bagi komunikan.
- 3) Perubahan Perilaku (*Behavior Change*), komunikasi itu bertujuan untuk mengubah perilaku ataupun tindakan seseorang.
- 4) Perubahan Sosial (*Social Change*), membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi suatu hubungan yang semakin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal.

e. Unsur Gaya Komunikasi

Daryanto (2011: 92) menjelaskan tentang unsur-unsur gaya komunikasi yang selalu terdapat dalam peristiwa komunikasi manapun. Berikut unsur-unsur gaya komunikasi:

- 1) Sumber. Merupakan orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.
- 2) *Encoding*. Suatu keadaan internal tidak dapat dibagi bersama secara langsung maka diperlukan simbol-simbol (pesan verbal maupun non verbal) yang mewakili.

- 3) Pesan. Merupakan hasil *encoding*. Pesan adalah seperangkat simbol-simbol verbal atau nonverbal yang mewakili keadaan khusus sumber pada satu dan tempat tertentu.
- 4) Saluran. Merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang ke orang lain secara umum.
- 5) Penerima. Orang-orang yang menerima pesan dengan sedemikian terhubung dengan sumber pesan.
- 6) *Decoding* merupakan kegiatan internal dari penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam-macam data dalam bentuk "mentah", yang harus diubah ke dalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna.
- 7) Respons Penerima. Suatu yang telah diputuskan oleh penerima untuk dilakukan terhadap pesan. Respons dapat bervariasi sepanjang dimensi minimum sampai maksimum.
- 8) Balikan (*feedback*). Merupakan informasi bagi sumber sehingga ia dapat menilai efektivitas komunikasi untuk selanjutnya menyesuaikan diri dengan situasi yang ada.
- 9) Gangguan (*noise*). Gangguan beraneka ragam, untuk itu harus didefinisikan dan dianalisis. Noise dapat masuk ke dalam sistem komunikasi manapun, merupakan segala sesuatu yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian pesan, termasuk yang bersifat fisik atau psikis.

10) Bidang Pengalaman. Komunikasi dapat terjadi sejauh para pelaku memiliki pengalaman-pengalaman yang sama. Perbedaan dapat mengakibatkan komunikasi menjadi sulit. Walaupun perbedaan tidak dapat dihilangkan, harapan untuk terjadi komunikasi sungguh mungkin terlaksana.

3. Definisi *Model*

Ratih Sanggarwati (2003: 2) menjelaskan Dunia model merupakan usaha menjual jasa, dimana model menjadi mediator antara *desainer* atau produsen dengan konsumen. Keberadaan model dibutuhkan oleh *desainer* atau produsen untuk berperan sebagai pelaku yang mampu mengkomunikasikan busana atau produk kepada konsumennya. Tugas model tidaklah ringan karena harus menciptakan dan harus menyampaikan *image* produk yang diperagakan kepada konsumen. Model tidak hanya sekedar tampil dalam gambar di majalah atau di panggung peragaan, melainkan juga menciptakan sikap, ekspresi, dan cara tertentu dalam memperagakan produk.

Tujuan akhir peragaan adalah menarik pembeli, apabila hal ini terjadi, berarti sudah terjadi komunikasi antara model sebagai mediator (perantara) dengan konsumen. Berarti model telah berhasil sebagai mediator. Profesi model adalah pekerjaan yang berkesinambungan, dengan pengertian bahwa pekerjaan pertama membawanya pada pekerjaan kedua, ketiga dan seterusnya. Kemampuan bekerjasama

kelompok merupakan hal yang sangat menentukan seorang model mendapatkan pekerjaan berikutnya. Prestasi ini dapat diraih apabila model mempunyai profesionalisme kerja yang sempurna. (Rohmah, 2016: 17)

Ratih Sanggarwati (2003: 2) menyatakan Sikap profesional seorang model dapat dilihat antara lain dari caranya mengelola waktu dalam menjalankan pekerjaan, ketepatan dalam berekspresi, serta gerak dan pose yang diinginkan oleh pihak pemakai jasa. Oleh sebab itu, selain bakat yang dimiliki, profesi model juga membutuhkan motivasi, disiplin dedikasi, dan kemampuan komunikasi yang sangat tinggi. Dengan memiliki nilai-nilai keutamaan tersebut, seorang model akan dapat bekerja sama dengan baik bersama rekan kerja lainnya seperti *desainer*, *koreografer* (penata gerak), *fotografer*, perias wajah, ataupun sesama model.

a. Tugas dan Fungsi Seorang Model

Seorang Model memiliki beberapa tugas dan fungsi sebagai berikut:

1) Kesesuaian terhadap konsumen

Özlem dan Ger (2007: 197) menjelaskan suatu produk diciptakan untuk dibeli oleh para konsumen. Tetapi, produk tersebut juga harus sesuai dengan kelas mereka. Sebuah pakaian yang membalut tubuh perempuan menunjukkan kelas mereka. Padahal dalam kenyataannya, pakaian tidak membuktikan apapun dan tidak merubah watak dan pribadi seseorang.

2) Kemampuan mengenalkan produk dan mempengaruhi konsumen

Rohmah (2016: 21) menjelaskan Para model perlu meningkatkan sikap profesionalnya karena yang mampu memperjuangkan keberadaan dunia model sebagai profesi adalah para pelakunya, yaitu para model itu sendiri. Dengan bekal pengetahuan mengenai pekerjaan seorang model, maka mereka akan dengan luwes menjalani profesi model yaitu sebagai *marketing* suatu produk, memperkenalkan produk kepada konsumen dan mempengaruhi konsumen supaya tertarik dengan produk tersebut.

3) Media Komunikasi Dengan Masyarakat

Menurut Ade (2005: 11) Secara langsung ataupun tidak langsung, media telah membentuk bahwa perempuan dikatakan cantik apabila mereka berkulit putih, tinggi dan langsing. Hal ini dapat dilihat dilihat dari hampir semua iklan yang menampilkan perempuan cantik sebagai model iklannya. Dengan begitu, industri iklan maupun prosedur televisi seolah mengatakan bahwa perempuan yang tidak putih dan tidak cantik sebagai kelas dua. Seharusnya industri kosmetik boleh saja mengiklankan produknya tanpa harus melecehkan perempuan yang kurang cantik. Pada dasarnya semua ini berkaitan dengan kapitalisme, karena media masa merupakan sebuah identitas bisnis. Media mempunyai kecenderungan untuk menampilkan sosok tertentu yang indah dipandang mata dan disenangi publik. Semua ini karena ada kepentingan secara ekonomi dengan produsen kosmetik dan alat

kecantikan, *fashion* dan kebugaran.

4) Meningkatkan Penjualan Produk

Özlem dan Ger (2007: 197) menjelaskan bahwa salah satu tugas dari profesi model adalah untuk bisa meningkatkan penjualan sebuah produk yang dihasilkan oleh produsen. Sebisa mungkin seorang model harus mempromosikan produk tersebut sehingga laku terjual dengan signifikan. *Fashion show* adalah salah satu cara untuk mempromosikan suatu produk, menampilkan keunggulan-keunggulan produk tersebut sehingga menarik minat para konsumen untuk menggunakan produk tersebut.

b. Kriteria Model

Rohmah (2016: 23) menjelaskan Dunia *modeling* adalah sebuah industri yang menjadi pendukung industri lainnya yaitu seperti *fashion*, *creative*, *entertainment*, dan bidang perdagangan secara umum. Industri *modelling* sendiri diisi oleh model yang bernaung di bawah manajemen atau model independen. Model juga mengemban amanah lebih jauh, yaitu sebagai wajah dan representasi produk yang dibawa. Model bertanggung jawab (secara agama dan moral) pada apapun pekerjaan yang dilakukan, sehingga berkomitmen hanya pada hal baik dan bermanfaat. *Profesionalisme* seorang model dapat diukur dari kinerjanya, seperti seberapa baik ia bisa menampilkan *image* yang sesuai dan menguasai *skill* yang diperlukan untuk menghadapi tantangan pekerjaan.

Existing model yang harus berkomitmen untuk menampilkan busana seperti apapun sesuai pesanan klien. *Profesionalisme existing model* salah satunya diukur dari komitmen.

4. Sekolah *Modelling (Modelling School)*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian sekolah adalah bangunan atau lembaga untuk belajar dan mengajar serta tempat menerima dan memberi pelajaran. Ary Gunawan (2010: 113) menjelaskan Sekolah merupakan sebuah institusi pendidikan yang menjadi wadah dan berlangsungnya proses pendidikan, memiliki sistem yang kompleks dan dinamis dalam perkembangan masyarakat yang semakin maju. Sekolah sebagai pusat pendidikan formal lahir dan berkembang dari pemikiran efisiensi dan efektifitas dalam pemberian pendidikan kepada warga masyarakat. Selain itu Maliki (2010: 276) sekolah haruslah bersikap antisipatif dalam proses pertumbuhan dari masa sekarang menuju masa depan dengan nilai-nilai, visi, misi dan strategi serta program yang jelas.

Menurut Moh. Amien (dalam Maria, 2007: 47) proses dan hasil pendidikan di sekolah harus bersifat humanistik yang bercirikan sebagai berikut:

- 1) Menghasilkan lulusan yang percaya diri dan bersikap positif terhadap masa depannya dan atau memiliki konsep diri yang positif
- 2) Menghayati serta mengamalkan nilai hidup yang luhur serta mendamaikan diri serta lingkungan sosialnya

- 3) Mampu mengembangkan semua potensi siswa secara berimbang, terpadu dan optimal

Sekolah *modelling* merupakan salah satu bentuk media pembelajaran, dimana ada pendamping yang memberikan hal-hal positif sehingga mampu menunjang anak didiknya (Maria Festa, 2007: 46). Ratih Sanggarwaty (2003: 2) menjelaskan bahwa dunia model merupakan usaha menjual jasa, dimana model merupakan mediator antara desainer atau produsen dengan konsumen. Model dibutuhkan sebagai pelaku yang mengkomunikasikan busana/produk kepada konsumennya. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pendidik atau pelatih bermaksud dan berusaha untuk mempengaruhi anak didiknya ke perkembangan yang lebih baik, sesuai dengan tujuan dari pendidikan tersebut. Pendidik dalam Sekolah *Modelling* lebih dikenal dengan sebutan "instruktur". Instruktur akan bertugas untuk memberikan materi dan pelatihan-pelatihan kepada anak didiknya.

Menurut Maria Festa (2007: 49) Sekolah *modelling* adalah salah satu pendidikan non formal yang khusus mendidik seorang individu menjadi model. Tujuan dari Sekolah model adalah berusaha membentuk anak didiknya menjadi model yang memiliki 3B yaitu *Beauty, Brain and Behavior*, yaitu:

- a. *Beauty*, seseorang dikatakan cantik apabila memiliki kecantikan batiniah sekaligus kecantikan fisik (penampilan fisik). Ciri-ciri beauty yaitu mengutamakan kesegaran dan keserasian
- b. *Brain*, Memiliki wawasan yang luas

c. *Behavior*, Berpikir dan berperilaku positif

5. Desainer Busana

Widarwati (2000: 2) menjelaskan desain adalah suatu rancangan atau gambaran suatu obyek atau benda, dibuat berdasarkan susunan dari garis, bentuk, warna dan tekstur. Desain adalah suatu rancangan gambar yang nantinya dilaksanakan dengan tujuan tertentu yang berupa susunan dari garis, bentuk, warna dan tekstur. Desain merupakan pola rancangan yang menjadi dasar pembuatan suatu benda seperti busana. Desain dihasilkan melalui pemikiran, pertimbangan, perhitungan, cita, rasa, seni, serta kegemaran orang banyak yang dituangkan di atas kertas berwujud gambar. Desain ini mudah dibaca atau dipahami maksud dan pengertiannya oleh orang lain sehingga mudah diwujudkan ke bentuk benda yang sebenarnya (Idayanti, 2015: 11).

Perancang atau desainer (bahasa Inggris: *designer*) adalah seseorang yang merancang sesuatu. Menurut buku *How To Be A Fashion Designer* oleh Ulung & Larasati (2013: 20) menyatakan bahwa pada dasarnya, seorang *fashion designer* membuat konsep dan menciptakan desain busana hingga aksesoris. Dia juga harus mampu menganalisis *trend fashion* yang akan terjadi, yang nantinya setelah memproduksi koleksi tertentu, akan dipasarkan untuk pelanggan individual atau pasar yang lebih besar lagi seperti pusat perbelanjaan dan retail.

Maka dapat disimpulkan bahwa desainer busana atau perancang

busana adalah seseorang yang merancang suatu produksi busana. Desainer busana tidak hanya membuat konsep atau desain busana yang kemudian dituangkan kedalam bentuk suatu gambar melainkan juga menciptakan desain tersebut kedalam suatu benda jadi. Seorang desainer juga harus mampu mengenal warna, bahan busana dan bentuk busana secara proporsi, menganalisis *trend fashion* sehingga akan mudah membuat busana yang kemungkinan akan laku setelah diproduksi dan dipasarkan.

B. Definisi Operasional

1) Komunikasi

Komunikasi dapat diartikan sebagai suatu penyampaian pesan baik verbal maupun nonverbal yang mengandung arti atau makna tertentu atau lebih jelasnya dapat dikatakan penyampaian informasi atau gagasan dari seseorang kepada orang lain baik itu berupa pikiran dan perasaan-perasaan melalui sarana atau saluran tertentu.

2) Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi adalah suatu kekhasan yang dimiliki setiap orang dan gaya komunikasi antara orang yang satu dengan orang yang lainnya berbeda. Perbedaan antara gaya komunikasi antara satu orang dengan lainnya dapat berupa perbedaan dalam ciri model dalam berkomunikasi, tata cara berkomunikasi, cara berekspresi dalam berkomunikasi dan tanggapan yang diberikan atau ditunjukkan pada

saat berkomunikasi.

3) Model

Model adalah seseorang yang dipekerjakan untuk tujuan menampilkan dan mempromosikan pakaian mode atau produk lainnya. Iklan atau promosi yang berpose untuk karya seni dengan tujuan menciptakan atau menyampaikan *image* produk yang diperagakan kepada konsumen, sehingga menjadi model harus memiliki beberapa persyaratan dengan tujuan mampu mempromosikan pakaian dengan baik serta mampu bekerjasama dengan para perancang mode, penata rias dan lain-lain.

4) Sekolah Modelling

Sekolah *modelling* adalah salah satu pendidikan non formal yang khusus mendidik seorang individu menjadi model.

5) Desainer Busana

Desainer busana atau perancang busana adalah seseorang yang merancang suatu produksi busana. Desainer busana tidak hanya membuat konsep atau desain busana yang kemudian dituangkan kedalam bentuk suatu gambar melainkan juga menciptakan desain tersebut kedalam suatu benda jadi.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Beberapa hasil penelitian yang dilakukan terkait dengan Gaya Komunikasi *Modelling School* Dengan Desainer Busana (Studi Kasus Terhadap DS *Modelling School* Pekanbaru) diantaranya adalah sebagai

berikut:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ulfi Nurfaiza (2018)	Gaya Komunikasi Model SZ Management Surabaya	Gaya komunikasi yang dilakukan oleh Model Profesional SZ Management Surabaya melalui pendekatan Interaksi simbolik terdapat jenis-jenis gaya komunikasi yaitu secara verbal dan non verbal. Kedua jenis-jenis gaya komunikasi tersebut saling berjalan secara bersamaan dan saling melengkapi. Pengaruh yang ditimbulkan dari masing-masing komunikasi verbal maupun nonverbal tersebut sangat berhubungan.
2	Talitha Nur Zhafirah (2018)	Gaya Komunikasi dan Citra Diri <i>Selebgram</i> Perempuan	Gaya Komunikasi setiap orang berbeda-beda dan didalam diri seorang individu dapat lebih dari 1 Gaya Komunikasi yang dapat digunakan, serta Gaya komunikasi bersifat tidak permanen dan dapat berubah sesuai situasi. Dan dilihat dari Citra bahwa Citra Diri seorang <i>selebgram</i> perempuan itu dapat dilihat melalui 3 aspek yaitu fisis, psikis dan sosialnya.
3	Sri Budi Lestari (2014)	Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa	Penelitian ini menyimpulkan bahwa fashion dapat diidentikkan dengan bahasa tubuh atau juga sebagai bentuk komunikasi non verbal melalui penampilan seseorang.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode/teknik penelitian digunakan pada sebuah penelitian mendapatkan pengaruh yang besar untuk hasil penelitian. Menggunakan metode/cara penelitian yang digunakan dan sesuai demi mendapatkan hasil penelitian relevan. Dari berbagai pertimbangan tersebut peneliti memilih pendekatan Kualitatif.

Penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan dasar pertimbangan (a) Tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan dan mendeskripsikan data, mengembangkan konsep-konsep penelitian, serta menginterpretasikan hal-hal yang didapatkan dilapangan. Penelitian ini dikerjakan dengan mencari data-data, fakta-fakta, penggambaran dari sejauh mana penjelasan deskriptif guna mendapatkan fakta-fakta dari informasi terkait tentang Gaya Komunikasi *Founder Modelling School* Dengan Desainer Busana (Studi Kasus Terhadap DS *Modelling School* Pekanbaru). (b) memperoleh peluang demi mengkajikan fenomena/kejadian secara keseluruhan dalam proses suatu-kesatuan yang tak terpisah dikarenakan suatu kejadian yang terjadi pada Gaya komunikasi melalui seorang *Founder modelling school* dengan Desainer Busana tidaklah sebuah perlakuan dengan diakibatkannya oleh suatu factor-faktor yang telah dilibatkan dari berbagai cara factor-faktor yang terkait.

Meleong (2007: 6) menyatakan Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Sugeng Pujileksono (2016: 35) menjelaskan Pendekatan Kualitatif ialah pendekatan yang di dalam usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya menggunakan aspek-aspek kecenderungan, non perhitungan numerik, situasional deskriptif, wawancara dan analisis isi. Pendekatan kualitatif dipergunakan untuk menemukan atau mengembangkan teori yang sudah ada. Pendekatan kualitatif berusaha menjelaskan realitas dengan menggunakan penjelasan deskriptif dalam bentuk kalimat.

Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa metode merupakan sebuah cara/teknik yang tertuang baik demi tercapainya tujuan. Metode-metode dari penelitian kualitatif disampaikan oleh Bogdan dan Taylor (dalam L.J Moleong, 2011: 4) adalah proses penelitian yang dihasilkan dari data-data deskriptif yang terdiri dari kata tertulis ataupun tidak tertulis (lisan) dari seseorang yang dapat diteliti. Penelitian kualitatif diutamakan kepada permasalahan dari proses-proses dan makna, dimana penelitian harapkan mampu mendapatkan beragam informasi yang kualitatif secara deskripsi. Analisis yang teliti tersebut akan mempunyai

makna yang tidak meolak informas dalam bentuk angka.

Penelitian kualitatif diperoleh dari karakteristiknya yang hendak jadi pedoman, dari penjelasan oleh Bogdan dan Biklen (dalam Sugiyono, 2008: 9) disampaikan karakteristik penelitian kualitatif sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan dengan instrument pokok untuk mengunjungi langsung sumber data-data.
2. Mengimplementasikan data-data yang diambil pada penelitian yang cenderung berupa kata-kata daripada angka/jumlah.
3. Menyampaikan dari hasil-hasil penelitian tersebit akan menekankan pada proses-proses semata terhadap hasilnya.
4. Dari analisa induktif, peneliti menyampaikan hal-hal dari keadaan-keadaan yang terjadi nyata.
5. Menyampaikan makna dari berbagai hal yang esensial dari pendekatan kualitatif.

Karakteristik dari penelitian kualitatif yang diterangkan tersebut, sehingga diperoleh pendapat bahwa dalam penelitian, pengambilan data langsung berlaku menjadi alat peneliti utama (*key instrument*) yang digunakan sebagai proses penelitian langsung serta aktif dalam tanyajawab, dikumpulkannya beragam materi/bahan yang berkaitan di penelitian. Penelitian kualitatif menurut Suharsimi Arikunto (2002: 105) adalah penelitian *naturalistic*. Istilah-istilah "*naturalistic*" dapat ditujukan

kepada pelaksanaan penelitian ini yang terjadi secara nyata dan alamiah, apa adanya, baik disituasi normal yang tidak dimanipulasi keadaan dan kondisinya, menekankan pada deskripsi secara alami. Pengambilan data dilakukan dari keadaan yang sewajarnya ini dikenal dengan sebutan “pengambilan data secara alami atau natural”.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Suharsimi (2002: 127) menjelaskan sumber data adalah subjek dari data itu sendiri. Apabila dalam penelitiannya menggunakan *questionare* atau pedoman wawancara sebagai alat pengumpulan data, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik berupa pertanyaan tertulis maupun secara lisan. Apabila peneliti menggunakan observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak, proses sesuatu ataupun situasi. Apabila menggunakan kuesioner maka peneliti mengumpulkan data dengan menyebar angket untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

Subjek penelitian merupakan sumber data yang diterima informasinya sesuai dengan masalah penelitian. Adapun yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Untuk mendapat data yang tepat maka perlu ditentukan informan yang memiliki kompetensi dan sesuai dengan kebutuhan data (*purposive*).

Subjek pada penelitian ini adalah Pemilik sekolah *modelling*. Penelitian akan dilakukan kepada empat informan dengan masing-masing perbedaan yaitu Desainer-desainer Busana di Kota Pekanbaru. Berikut adalah beberapa informan yang sudah terpilih :

Tabel 3.1 Subjek Penelitian

No	Nama	Keterangan
1.	Debi Syahriza	Founder <i>DS Modeling School</i> Pekanbaru
2.	Bunda Arva Mary	Desainer Busana 1 Pekanbaru
3.	Thifani Qaisty	Desainer Busana 2 Pekanbaru
4.	Andini Yuliani	Desainer Busana 3 Pekanbaru
5.	Nizwa Purwanindyah	Desainer Busana 4 Pekanbaru

2. Objek Penelitian

Objek merupakan apa yang hendak diteliti dan diselidiki di dalam kegiatan penelitian. Menurut Suharsimi (2002: 29) Objek penelitian adalah *variable* penelitian yaitu hal yang merupakan inti dari problematika penelitian. Ada beberapa persoalan yang perlu untuk kita pahami supaya dapat menentukan serta menyusun objek penelitian di dalam metode penelitian dengan baik yaitu berhubungan dengan apa itu objek penelitian di dalam penelitian kualitatif. Objek penelitian ada penelitian ini adalah Gaya Komunikasi *Founder Modelling School* Dengan Desainer Busana (Studi Kasus Terhadap *DS Modelling School* Pekanbaru).

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Studio *DS Modeling School* Pekanbaru merupakan lokasi penelitian

yang dipilih berdasarkan pertimbangan sebagai berikut:

- a. Subjek Penelitian merupakan Founder dari *DS Modeling School* Pekanbaru yang melakukan kegiatan pelatihan di Studio *DS Modeling School* Pekanbaru.
- b. Studio *DS Modeling School* Pekanbaru merupakan tempat latihan para model, tempat photoshoot dan tempat make up. Sehingga menjadi tempat Interaksi antara *Fotografer, Make Up Artits* dan *Para Designer*.

2. Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan selama kurang lebih 6 bulan terhitung proposal penelitian ini dibuat. Untuk lebih jelasnya waktu penelitian dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 3.2 Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan dan Minggu Ke-																		Ket
		Juni			Juli				Agust-Okt				November				Des			
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
1	Persiapan dan Penyusunan	x	x	x																
2	Seminar UP				x															
3	Revisi				x	x	x	x	x	x	x	x								
4	Penelitian Lapangan										x	x	x							
5	Pengolahan dan Analisis												x	x	x					
6	Konsultasi Bimbingan Skripsi													x	x	x				
7	Ujian Skripsi																x			
8	Revisi dan Pengesahan Skripsi Pengadaan serta Penyerahan Skripsi																	x		
9	Skripsi																		x	



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data merupakan bahan-bahan yang dikumpulkan peneliti. Bahan-bahan tersebut berupa hal-hal khusus yang menjadi dasar analisa yang diperoleh dengan cara direkam secara aktif oleh peneliti, transkrip wawancara, catatan dari lapangan hasil observasi pelibatan, dan *kuesioner sampling*. Data juga meliputi apa yang diciptakan oleh orang lain, seperti buku harian, dokumen resmi dan lain sebagainya. Dari bahan-bahan tersebut, peneliti akan mengambil data-data yang diperlukan saja.

Sedangkan yang dimaksud dengan sumber data adalah subyek dari data itu sendiri. Apabila dalam penelitiannya menggunakan *questionare* atau pedoman wawancara sebagai alat pengumpulan data, maka sumber data tersebut disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik berupa pertanyaan tertulis maupun secara lisan. Apabila peneliti menggunakan observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak, proses sesuatu, ataupun situasi. Apabila menggunakan kuesioner maka peneliti mengumpulkan data dengan cara menyebar angket untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat. (Suharsimi , 2007: 107)

Terdapat dua jenis data dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari informan atau objek penelitian melalui wawancara langsung yang dilakukan peneliti

dilokasi penelitian kepada subjek penelitian yaitu Founder *DS Modeling School* Pekanbaru terkait Gaya Komunikasi *Founder Modelling School* Dengan Desainer Busana (Studi Kasus Terhadap *DS Modelling School* Pekanbaru) juga data-data hasil catatan pada saat melakukan observasi pada objek penelitian.

- b. Data Sekunder, yaitu data yang digunakan untuk membantu menjelaskan data primer berupa arsip dan dokumen-dokumen yang relevan dengan permasalahan penelitian. Data sekunder diperoleh dari melalui jurnal, artikel ilmiah, penelitian-penelitian sejenis, serta berita di media massa.

2. Sumber Data

Dalam penelitian Kualitatif sampel sumber data dipilih secara *purposive* dan bersifat *snowball sampling*. Penentuan sampel data, pada proposal masih bersifat sementara dan akan berkembang kemudian setelah peneliti di lapangan. Sampel sumber data pada tahap awal memasuki lapangan dipilih orang yang memiliki power dan otoritas pada situasi sosial atau obyek yang diteliti, sehingga mampu "membukakan pintu" kemana saja peneliti melakukan penelitian data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Sumber Data Primer yaitu data yang didapat dari wawancara terbuka yang akan dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berkembang. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalah pahaman

dalam menafsirkan konsep-konsep yang dipahami informan apabila terdapat suatu hal yang membutuhkan penjelasan lebih lanjut.

- b. Sumber Data Sekunder adalah sumber data yang sudah ada yang dimiliki oleh *DS Modeling School* Pekanbaru. Data primer berupa hasil wawancara dengan pengelola serta beberapa informan. Sedangkan pendukungnya, sumber data sekunder berupa dokumentasi foto kegiatan atau selama proses latihan berlangsung.

E. Teknik Pengumpulan Data

Djam'an Satori dan Aan Komariah (2011: 103) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan suatu prosedur sistematis dalam memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data sangat erat hubungannya dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan. Masalah memberi arah dan mempengaruhi penentuan teknik pengumpulan data. Adapun data-data yang peneliti kumpulkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Sugiyono (2014:145) menjelaskan bahwa observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari beragam proses biologis dan psikologis. Menurut Usman dan Akbar (2009: 52) Observasi adalah pengumpulan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi dilakukan dengan cara

mengamati langsung sesuai dengan masalah yang akan diteliti yang ada dilapangan pada pengunjung objek wisata Pulau Cinta. Peneliti mengamati bahwa Gaya Komunikasi apa saja yang akan Founder *Modelling School* lakukan Dengan Desainer Busana untuk dapat menjalin kerjasama yang baik.

2. Wawancara

Sugiyono (2015: 72) menjelaskan wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat ditarik kesimpulan atau makna dalam topik tertentu. Sedangkan menurut Usman dan Akbar (2009: 55) Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara secara langsung kepada Founder DS *Modelling School* Pekanbaru.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015: 329) Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang merupakan hasil dari laporan dan juga keterangan yang bisa menjadi data pendukung penelitian Usman dan Akbar (2009: 69) menyatakan bahwa dokumentasi adalah pengumpulan data dengan pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dokumen merupakan data

yang berhubungan dengan foto, catatan pribadi yang berhubungan dengan penelitian. Dokumentasi digunakan untuk menelusuri data histori.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Menurut Sugiyono (2012: 327) teknik triangulasi merupakan teknik pengumpulan data data dan sumber yang telah ada. Bila penelitian melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Kriyanto (2006: 70) menjelaskan Triangulasi sumber adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari satu informan ke informan lainnya, dari Hasil wawancara satu informan dengan informan lainnya.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Sugiyono (2010: 335) adalah proses mencari data, menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara

mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Berikut adalah langkah-langkah pengolahan dan analisis data dalam penelitian kualitatif menurut Model Miles dan Huberman. Menurut Prastowo (2011: 241) analisis data kualitatif adalah suatu proses analisis yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

1. Reduksi Data

Mereduksi data artinya merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. Penyajian Data

Mereduksi data artinya merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.



BAB IV HASIL PENELITIAN

A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah berdirinya DS *Modelling School* Pekanbaru

Berawal dari Debi Syahriza yang sejak kecil sudah menggemari dan menekuni *trend fashion* dan keikutsertaanya pada perlombaan *fashion modelling*, perlombaan MUA (*Make Up Artis*) dan juga ikut dalam pelatihan model lainnya, membuat ia memiliki banyak pengalaman dan teman di dunia permodelan. Dengan ilmu yang sudah ia miliki, saat ia berumur 17 tahun, saudaranya ingin meminta sebagai guru untuk mengajarnya model, maka saat itu Debi Syahriza pertama membuka *private class* model.

Dengan melihat semakin berkembangnya dunia fashion di Indonesia, Pada awal tahun 2018 membuat Debi Syahriza memiliki inovasi membuka membuka Sekolah Modeling lebih besar dan berkembang yang diberi nama *DS Modeling School* di Pekanbaru dan hingga saat ini tercatat telah memiliki 100 murid. Sekolah modeling ini dilaksanakan selama 10 hingga 12 bulan. Kelas dilaksanakan setiap hari Sabtu di ASIL STUDIO *DS Modeling School* yang beralamatkan di Jalan Nenas No. 23D Sukajadi Pekanbaru.

Materi pembelajaran model yang didapatkan oleh pada muridnya adalah *Catwalk, Public Speaking, Make Up, Dance dan Photo Session*. Sampai pada sekarang, pengikut dari anak-anak maupun remaja putri berada di Pekanbaru terus berlonjak tinggi demi bisa bergabung di kelas *DS Modeling School*. Setiap kelasnya terdiri dari 10 murid, dan sekarang ini telah masuk di Kelas bagian Batch 10. *DS Modeling School* kini telah bekerjasama dengan designer d 46 baru.

Gambar 4.1 Spanduk *elling School* Pekanbaru



Sumber : Instagram @DSModellingSchool

Nama Sekolah (Non-Formal) : DS *Modelling School* Pekanbaru
 Jenis Usaha : Jasa di bidang *entertainment*
 Alamat : Jalan Nenas No. 23D Sukajadi – Kota Pekanbaru
 No. HP/WA : 0812 7029 7669
 Sosmed (Instagram) : @dsmodelingschool
 Logo :

Gambar 4.2 Logo DS *Modelling School* Pekanbaru



Sumber : Instagram @DSModellingSchool

2. Visi dan Misi DS *Modelling School* Pekanbaru

Berikut ini adalah visi dan misi dari DS *Modelling School* Pekanbaru:

Visi DS *Modelling School* Pekanbaru:

- Mengembangkan dunia *entertainment*, khususnya di bidang *Modelling* dan *Publicfigur*
- Mengekspresikan kreatifitas para generasi muda, sehingga mampu berkarya yang positif dan bermanfaat bagi kehidupannya kedepan

Misi dari DS *Modeling School* Pekanbaru :

- Mencetak generasi muda di Bidang *Modelling* sehingga bisa bersaing dalam dunia *entertainment*
- Menciptakan dan melahirkan kualitas model profesional yang bagus

dan baik.

3. Tujuan Mendirikan DS *Modelling School* Pekanbaru

Tujuan didirikannya *DS Modeling School* Pekanbaru berawal dari *founder* menggemari dan menekuni *trend fashion*, mengikuti lomba *Make Up* serta pelatihan lainnya serta ingin mengembangkan segmen *entertainment*. Selain itu banyaknya talenta-talenta muda di Pekanbaru yang bakatnya dapat diasah dan dikembangkan memiliki keinginan besar untuk menjadi seorang *entertainer* dan faktor antusiasme dari peminat calon pelaku panggung hiburan. Melihat potensi itulah *DS Modeling School* Pekanbaru berkeyakinan untuk mendirikan sekolah *modeling*. Belajar modeling di *DS Modelling School* tidak ada batasan usia, mulai dari anak-anak hingga ibu-ibu bisa bergabung mengikuti class di *DS Modelling School*. Class *DS Modelling School* hanya diikuti khusus untuk wanita. Biaya pendaftaran awal sejumlah Rp. 200.000,- dan biaya SPP bulanan Rp. 250.000,-. Proses pembelajaran berlangsung selama 6 hingga 8 bulan.

Gambar 4.3 Siswa *DS Modelling School*

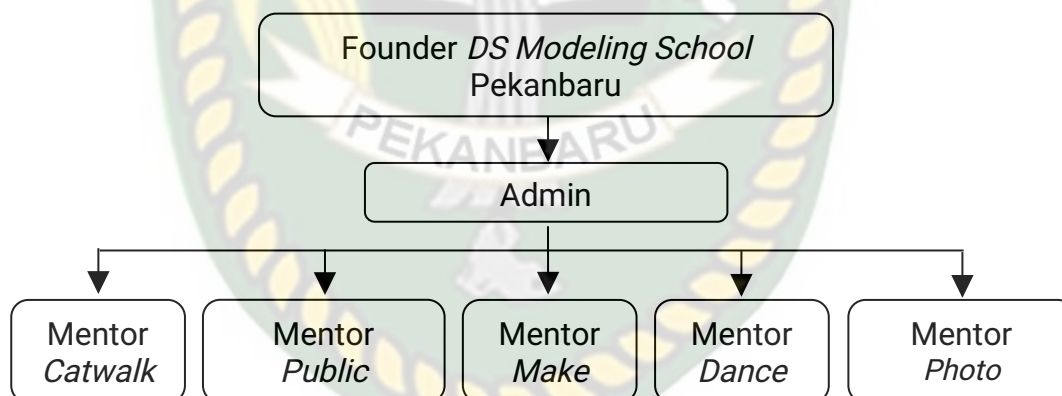


Sumber : Instagram @DSModellingSchool

4. Struktur Organisasi DS *Modelling School* Pekanbaru

Struktur organisasi dari *DS Modeling School* Pekanbaru sebagai berikut:

Tabel 4.1 Struktur Organisasi



5. Materi Pembelajaran DS *Modelling School* Pekanbaru

Demi membantu siswanya *DS Modeling School* Pekanbaru menjadi model yang profesional didikannya materi-materi pembelajarannya sebagai berikut:

a. *Catwalk*

Catwalk merupakan istilah yang digunakan untuk panggung

memperagakan busana yang biasanya berbentuk panjang ke depan. Dari bentuknya yang beranekaragam tersebut menyesuaikan dari kehendak sang koreografer dan desainer. Umumnya *catwalk* berupa huruf I, T atau T terbalik, namun terdapat bentuk lingkaran dan juga tidak beraturan. *Catwalk* berfungsi melatih siswa agar dapat berjalan di atas *stage* ketika *fashion show* dalam sebuah *event*. *Fashion show* adalah peragaan busana di atas *runway stage* dengan menggunakan jasa model dengan tujuan mempromosikan atau memperkenalkan produk-produk *fashion* ataupun busana kepada publik.

Catwalk di beberapa negara disebut *runway* dan sang *modelling* sebagai *runway model*. Rendah tingginya *catwalk* bisa beragam, terlihat juga hanya terbuat dari lantai yang dilapis karpet. Dapat disimpulkan bahwa *catwalk modelling* adalah peragaan seorang model yang bertugas menampilkan produk-produk desainer busana di panggung. Indonesia menyebut *catwalk* sebagai peragawati. Namun, tak semua orang dapat dijadikan peragawati, dikarenakan persyaratan fisik yang harus memenuhi persyaratan *modelling*.

Gambar 4.4 *Catwalk DS Modelling School*



Sumber : Instagram @DSModellingSchool

b. Koreografi

Koreografi berfungsi untuk melatih tubuh agar lentur dan menghafal gerakan-gerakan ketika tampil di atas *stage* ketika *fashion show*.

Gambar 4.5 Siswa sedang berlatih koreografi



Sumber : Instagram @DSModellingSchool

c. Public Speaking

Istilah dari *Public speaking* adalah suatu proses komunikasi dilakukan oleh seseorang didepan sekelompok orang. Umumnya, *public speaking* bertujuan dalam menyampaikan informasi yang mempengaruhi ataupun menghibur khalayak ramai. Dapat disimpulkan bahwa *public speaking* adalah suatu proses cara untuk bicara publik yang dilakukan secara tersusun. Sehingga *public speaking* lebih membutuhkan kemampuan seseorang berbicara secara terstruktur dan mudah dimengerti pendengarnya dengan jangka waktu yang sangat dekat.

Gambar 4.6 Siswa bersama pelatih *Public Speaking* Vinnoyatta



Sumber : Instagram @DSModellingSchool

d. *Make Up*

Tata rias wajah (*make up*) adalah kegiatan mengubah penampilan dari bentuk asli sebenarnya dengan bantuan bahan dan alat kosmetik. Istilah *make up* lebih sering ditujukan kepada perubahan bentuk wajah, meskipun sebenarnya seluruh tubuh bisa di hias (*make up*).

Gambar 4.7 DS *Modeling School* berlatih Make Up dengan Wardah Kosmetik



Sumber : Instagram @DSModellingSchool

e. *Show Dance*

Dance adalah jenis seni yang umumnya melibatkan gerakan tubuh, dengan berirama musik. Dalam banyak budaya yang ada *dance* sebagai bentuk ekspresi emosi, interaksi sosial, atau olahraga dalam pengaturan spiritual kadang digunakan untuk mengekspresikan ide atau bercerita. *Dance* itu menghibur dan passion untuk beberapa orang dan juga menjadi pekerjaan sehari-hari. *Show dance* berfungsi sebagai materi dimana pengenalan *fashion show* dalam *beat* yang

kencang sehingga harus dilakukan seperti *dance*.

Gambar 4.8 Siswa bersama Pelatih *Dance* yaitu Nur Qodri



Sumber : Instagram @DSModellingSchool

f. *Photo session*

Photo Session adalah Sebuah pemotretan umumnya digunakan dalam industri fashion atau glamour, dimana model berpose untuk fotografer di sebuah studio di mana beberapa foto yang diambil untuk menemukan yang terbaik untuk singkat yang dibutuhkan. Materi ini meminta siswa langsung mengikuti praktek foto oleh fotografer yang handal pada bidangnya.

Gambar 4.9 *Photo Session* Siswa DS Modelling School



Sumber : Instagram @DSModellingSchool

B. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil observasi dan tanya jawab peneliti kerjakan dalam penelitian ini kepada pihak informan bahwa ditemukan beragam gaya komunikasi yang dipakai informan. Kita ketahui bahwa gaya komunikasi adalah proses/cara menyampaikan gaya bahasa komunikasi pilihan tepat. Widjaja (2000: 57) menjelaskan bahwa gaya komunikasi tersebut dapat berupa komunikasi verbal yang terdiri dari susunan kata-kata maupun nonverbal yaitu terdiri dari vokal, bahasa tubuh, penggunaan ruang dan waktu serta jarak.

Dalam melakukan interaksi dengan pihak luar, *DS Modeling School* Pekanbaru mempunyai keahlian komunikasi unggul dengan penggunaan Bahasa, teruntuk Bahasa Indonesia dalam cara menyampaikan informasinya yang ramah serta sopan-santun dalam berhubungan sosial.

Di dalam menyamapaikan bahasa yang sopan-santun serta mudah dimengerti oleh lawan bicaranya akan dapat menjalin keefektifitasan komunikasinya hingga dapat menguntungkan kedua belah pihak/lawan bicara dalam menjalin sebuah hubungan yang baik. Peneliti mendapatkan data dari hasil observasi. Data observasi berikut ini didapat pada saat peneliti melakukan kunjungan proses penelitian pada tanggal 8, 16, 22 dan 30 Oktober 2021. Data hasil observasi tersebut menunjukkan bagaimana proses interaksi gaya komunikasi antara *Founder DS Modeling School* Pekanbaru bersama desainer-desainer busana. Berikut hasil wawancara penulis dengan Founder DS *Modelling School* bersama desainer-desainer busana Pekanbaru:

- a. Mengetahui jenis-jenis Gaya Komunikasi yang digunakan *Founder DS Modelling School* Pekanbaru

Gaya komunikasi adalah suatu gabungan antara beberapa unsur komunikasi yang ilustratif dan juga secara lisan. Penyampaian informasi yang berupa pesan verbal seroang individu digunakan untuk berkomunikasi disampaikan secara ciri khas dengan kata-kata tertentu, termasuk volume suara dan juga nada bicara pesan yang disampaikan. Proses gaya dari komunikasi tersebut dijadikan proses menyampaikan buah pikiran ataupun perasaan seorang individu kepada individu lainnya. Buah pikir tersebut digagaskan dalam bentuk informasi, opini dan sebagainya yang timbul di dalam benak seseorang. Penyampaian bisa berupa dalam hal keraguan/kekhawatiran, keyakinan, kepastian,

kemarahan, keberanian, dan lainnya tersebut timbul dalam lubuk hati individual. Sehingga, ruanglingkup gaya komunikasi tersebut menyangkut persoalan dalam hal kaitan dengan substansi interaksi sosial dalam bermasyarakat, termasuk didalamnya konten-konten interaksi sosial yang dilakukan seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung (bisa menggunakan media).

Dengan demikian, cara-cara dalam gaya berkomunikasi yang digunakan oleh *founder DS Modeling School* Pekanbaru dengan desainer-desainer busana sangat menentukan kelancaran menjalin hubungan yang baik demi tercapainya tujuan bersama. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh *founder DS Modeling School* Pekanbaru bahwa :

"Untuk kelancaran berjalannya komunikasi antara saya dan para desainer-desainer busana, saat menjumpai mereka saya lebih memilih cara berkomunikasi itu dengan jenis gayanya yang santai, terbuka dan bersahabat untuk menyampaikan pesan-pesan kepada para desainer-desainer busana tersebut demi sama-sama tercapainya tujuan bersama."

Peneliti juga melakukan wawancara terhadap salah satu desainer busana mengenai tata cara berkomunikasi *founder DS Modelling School* saat menjumpainya.

"Saya sangat senang bisa menjalin komunikasi yang baik di DS Modelling School Pekanbaru. Foundernya sangat ramah dan

bersahabat. Saya berharap dapat tetap bisa menjalin komunikasi baik dengan DS Modelling School dan ikatan silaturahmi ini bisa berlangsung secara berulang dalam jangka waktu yang panjang. Model-model yang ada di DS Modelling School juga sangat profesional dalam menampilkan busana-busana milik saya."

Demi mencapai suatu tujuan dalam berorganisasi tentunya diperlukan cara gaya komunikasi yang tepat dan baik. Cara gaya komunikasinya didapatkan oleh seorang yang berorganisasi menyampaikan pertukaran informasi dengan proses bahasa ataupun simbol yang umumnya dipakai khalayak. Demi terbentuknya cara gaya komunikasi tepat sasaran sebaiknya penyampaian informasi antar individual dapat tersampaikan dengan lancar. Proses gaya komunikasi digunakan pada *Founder DS Modeling School* Pekanbaru cenderung menggunakan gaya komunikasi tipe Gaya Santai (*relaxed style*), Gaya Terbuka (*open style*), dan Gaya Bersahabat (*friendly style*).

1). Jenis Gaya Komunikasi Tipe Gaya Santai (*relaxed style*)

Gaya berkomunikasi tipe Santai (*relaxed style*) adalah cara dari seorang individual menyampaikan informasinya secara senang dan juga tenang, ditambah dengan senyuman dan tawanya dalam berinteraksi. Umumnya dapat dilihat bahwa *key informan* pada penelitian ini menyampaikan cara ia menggunakan gaya komunikasi yang berbentuk santai, tidak kaku, selayaknya orang-orang yang telah sekian lama tidak

bertatap muka menjalin komunikasi dan dipertemukan kembali untuk berkomunikasi secara langsung. Di dalam proses tanya jawab/wawancara dari peneliti kepada informan, terdapatnya perhatian dan ditemukan cara komunikasi yang santai mereka menjawab pertanyaan demi pertanyaan yang dilontarkan oleh peneliti. Hal ini didukung oleh pernyataan *Founder DS Modelling School* Pekanbaru dari hasil wawancara peneliti bahwa:

"Menurut saya, dengan adanya gaya komunikasi tipe santai ini saya bisa memberikan pelayanan yang baik dan tenang terhadap lawan bicara saya, terutama para desainer-desainer busana. Saya selalu berusaha membuat mereka selalu menjadi senang menjalin ikatan komunikasi dengan bahasa yang baik di DS Modelling School ini."

Hal yang sama juga peneliti pertanyakan kepada salah satu desainer busana mengenai gaya komunikasi tipe santai ini. Sesuai dengan pernyataan yang dilontarkan oleh salah satu Desainer Busana tersebut bahwa:

"Founder DS Modelling School ini sangat ramah, ia murah senyum dan mudah membuat orang disekitarnya tertawa. Sehingga gaya komunikasi tipe santai ini sangat cocok dengan tipe gaya komunikasi yang ia gunakan kepada saya. Sehingga disini saya dan founder sangat menjaga ikatan komunikasi kami agar tetap bisa saling lebih aktif dan kreatif untuk event-event selanjutnya."

Gaya komunikasi tipe Gaya Santai (*relaxed style*) antara DS *Modelling School* yang bertujuan untuk memberikan pelayanan dan arahan positif kepada dengan Desainer-desainer Busana Pekanbaru untuk dapat menjalin hubungan komunikasi yang baik. Hal ini terlihat sesuai dengan pengamatan peneliti terhadap *Founder DS Modelling School* saat sedang menjalin komunikasinya kepada salah satu Desainer Busana yang sedang membahas persiapan event-event *fashion show*.

"Seperti Biasanya mba, para model-model yang baru bergabung dengan di DS Modelling School akan saya ajak ke event-event fashion show agar mereka dapat melihat secara langsung bagaimana kerja seorang model. Tentunya untuk bisa tampil dalam acara Fashion Show, saya sangat membutuhkan kerjasama yang baik dengan desainer-desainer busana yang akan digunakan karya busananya untuk ditampilkan oleh model-model didikan saya."

Desainer Busana bahwa menyambung komunikasi dari *Founder DS Modelling School*:

"Iya benar mba, Dibiidang Fashion Show ini kan suatu event yang membutuhkan jasa para model yaa, model tersebut tentunya akan membawakan dan memeragakan busana-busana milik saya nanti di event tersebut. Jadi, Profesionalisme seorang model itu dapat diukur dari kinerjanya, seberapa baik ia bisa menampilkan image yang sesuai dengan busana saya tersebut dan menguasai skill yang diperlukan"

untuk menghadapi tantangan pekerjaan. Sehingga disini saya dan founder sangat menjaga komunikasi kami agar tetap bisa saling berhubungan baik untuk event-event selanjutnya."

Suasana tanyajawab yang sedang berlangsung seperti di atas terlihat bahwa informan sangat santai karena diselingi dengan canda tawa dan perasaan yang tidak terbebani dengan pertanyaan yang ada. Para informan dapat bersikap santai dan berbaur dengan lawan bicaranya dan tidak menunjukkan bahwa informan adalah seorang yang harus disegani.

2). Jenis Gaya Komunikasi Tipe Gaya Terbuka (*open style*)

Gaya Terbuka (*open style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dalam tampilan jujur dan mungkin saja blak-blakkan. Beberapa pertanyaan peneliti lontarkan kepada *founder DS Modelling School* bersama desainer busana untuk dapat melihat jenis gaya komunikasi tipe terbuka. Tanya jawab dikerjakan oleh peneliti digunakan untuk mendapatkan jawaban, serta dijadikan media pengamat. Disini peneliti menanyakan pendapat informan mengenai tipe gaya komunikasi terbuka. Spontan *Founder DS Modelling School* menyatakan :

"Salah satu hal yang terpenting bagi saya dan para desainer busana adalah saling terbuka dan komunikatif. Setiap menjalin komunikasi dengan para desainer perihal busana-busana yang akan dikenakan oleh para model didikan saya, saya selalu menjelaskan secara jujur

mengenai hal-hal yang seharusnya diterapkan baik dari DS Modelling Schoolnya maupun dari pihak desainer busana agar tetap bisa menjalin hubungan yang baik ke depannya. Pahit manisnya langsung saya utarakan dan jelaskan langsung di awal kepada para desainer busana, sehingga saya dan para desainer busana mampu menyatu untuk menjalin ikatan yang baik.”

Hal serupa juga peneliti tanyakan kepada seorang desainer busana yang mengunjungi DS Modelling School.

“Kemampuan berkomunikasi founder DS Modelling School yang saya senangi adalah ia selalu jujur dan terbuka kepada saya. Hal tersebut sudah menjadi karakternya, cara ia menjalin komunikasi itu sangat baik bagi saya. Hal seperti ini yang akan menjadi poin penilaian yang tinggi untuk seorang founder sekolah model”

Didalam proses tanya jawab/wawancara, saya juga melihat dan mengamati langsung cara berkomunikasi informan. Para informan sedang melangsungkan perbincangan mengenai kepribadian dan karakter yang baik untuk seorang model. Spontan *founder DS Modelling School* menyatakan:

“Seorang model busana harus mampu menyatu dengan aneka jenis busana-busana yang akan diperagakannya. Model tersebut juga harus mempunyai karakter yang kuat, bisa memancar keluar sehingga

busana-busana yang ia kenakan akan tampak lebih menarik. Karakter seorang model juga akan sangat mempengaruhi gayanya saat mengekspresikan busana para desainer di atas panggung atau pun pada saat pemotretan”

Hal serupa juga peneliti tanyakan kepada seorang desainer busana yang mengunjungi DS Modelling School.

“Kemampuan untuk berkarakturnya seorang model, berkaitan sangat erat dengan cara ia dan menampilkan busana yang diperagakannya kepada penonton. Seorang model menggunakan cara berkomunikasi dengan para konsumen atau penonton sebenarnya hanya dapat dilakukan dengan tatapan matanya saja. Melalui pancaran mata, penonton dapat mengangkat image yang ingin disampaikan oleh model tersebut. Sebagai pencipta image, ia juga akan disorot oleh banyak pihak. Hal seperti ini yang akan menjadi poin penilaian yang tinggi untuk seorang model”

Bersikap dan berkomunikasi saling terbuka akan menciptakan suasana komunikasi yang kondusif bagi para informan. Secara terbuka, para informan berkomunikasi dengan peneliti dan orang lain disekitarnya. Karakteristik dari gaya komunikasi ini adalah mengeluarkan ekspresi dirinya dengan jujur, langsung menjawab serta menunjukkan perasaannya.

3). Jenis Gaya Komunikasi Tipe Gaya Bersahabat (*friendly style*)

Jenis dari Gaya Komunikasi bertipe Bersahabat (*friendly style*) merupakan sebuah cara berkomunikasi seseorang individu ditunjukkan secara ramah-tamah, sopan-santun, merasa dekat, serta memberi respons yang positif untuk mendukung lainnya. Gaya komunikasi ini ditujukan sesuai *Founder DS Modelling School* Pekanbaru. Dimana ia sangat ramah-tamah mengkomunikasikan informasinya kepada desainer-desainer busana, juga kepada peneliti. Sesuai dengan pernyataan *founder DS Modelling School* Pekanbaru bahwa:

"Sesuai dengan tujuan utama saya mendirikan DS Modeling School Pekanbaru adalah menciptakan dan melahirkan kualitas model profesional yang bagus dan baik. Melalui menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan desainer-desainer busana di Pekanbaru ini, saya berharap bisa lebih memperkenalkan DS Modeling School Pekanbaru serta model-model didikan saya melalui fashion show busana di Pameran Mall ataupun acara lainnya. Jadi, saya harus mampu berkomunikasi menggunakan tipe bersahabat ini. Saya harus bisa menjadi ramah dan memberikan respon yang positif terhadap para desainer-desainer busana yang ingin sama-sama mengembangkan busananya dengan DS Modelling School ini"

Founder DS Modeling School Pekanbaru juga menjelaskan bahwa begitu pentingnya menjalin hubungan yang baik dengan desainer-desainer busana untuk bisa membantu memperkenalkan *DS Modeling School*. Hal

tersebut sesuai dengan pemaparan yang disampaikan sebagai berikut:

"Dalam hal DS Modeling School Pekanbaru menjalin hubungan baik dengan desainer-desainer di Pekanbaru ini sangatlah penting, tidak hanya untuk menampilkan busananya, tetapi juga untuk meningkatkan pengenalan masyarakat terhadap DS Modeling School Pekanbaru. Semua itu tidak bisa terlepas dari adanya jalinan komunikasi yang baik dan tepat antara DS Modeling School Pekanbaru dengan desainer-desainer busana tersebut."

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan salah satu desainer busana yang peneliti wawancarai untuk mencapai tujuan bersama dengan *founder* DS Modelling School Pekanbaru. Ia menyatakan bahwa:

"Pada Prinsipnya yang selama ini saya lihat dan kenal secara dekat dengan founder DS Modeling School Pekanbaru bahwa ia tetap menjaga komitmen dan kesepakatan yang dibuat terhadap saya maupun desainer-desainer busana lainnya. Sebagaimana terjalinnya hubungan komunikasi itu yang baik tentulah tutur bahasa yang ada diucapkan atas dasar prinsip dan komitmen jaminan kualitas dan saling menguntungkan tentunya. Dalam menjalin hubungan komunikasi dengan desainer-desainer busana sejauh ini, DS Modeling School Pekanbaru itu sangat menjaga sekali, bahkan sangat ketat dalam urusan komitmen dari pada urusan keuntungan finansial. Sehingga kami selalu mendukung penuh dan memberikan respon yang

positif terhadap founder DS Modelling School untuk bisa tetap mengembangkan sekolah modelnya ini dengan baik”

Sopan dan santunnya para informan memudahkan saya untuk memperoleh data-data penelitian. Informan memberikan responnya yang baik dan positif serta mendukung saya dalam melibatkan informan pada pengalamannya. Selanjutnya Peneliti menggali beberapa informasi mengenai foto model (*Photo Session*). Foto model adalah model yang menjalani pekerjaannya melalui proses pemotretan. Sesuai dengan pernyataan founder DS Modelling School Pekanbaru bahwa:

“Pada saat pemotretan, model-model tersebut harus mampu menampilkan konsep yang telah dibuat oleh pengarah gaya. Maka dari itu, DS Modelling School mengadakan kelas fotografi yang bertujuan untuk menjadikan anak didikan saya tidak hanya belajar mengenai catwalk, tetapi juga mampu belajar teknik berpose yang baik di depan kamera supaya terlihat menarik sehingga menarik konsumen untuk menggunakannya sebagai ikon produk-produk desainer busana”

Sebelum melakukan pemotretan, model-model dan para desainer harus ada melakukan persiapan terlebih dahulu. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan salah satu desainer busana yang peneliti wawancarai, bahwa:

“Persiapan sebelum pemotretan harus dilakukan secara mendetail.

Baik busana, para model maupun fotografernya. Foto model sebagai penyampai image suatu produk terutama produk milik saya, tentunya saya sangat ingin melakukan persiapan yang maksimal. Model-model juga harus mengetahui konsep foto yang seharusnya dilakukan. Sebaiknya seorang model harus mampu berkomunikasi dan berdiskusi terlebih dahulu dengan fotografer dan pengarah gaya.”

Berdasarkan hasil wawancara peneliti di atas, dapat disimpulkan bahwa selama berkomunikasi antara peneliti dengan informan, gaya komunikasi yang digunakan untuk menjawab beberapa pertanyaan, pihak DS *Modelling School* menggunakan gaya komunikasi dengan tipe bersahabat (*friendly style*) bersama desainer-desainer busana tersebut.

C. PEMBAHASAN PENELITIAN

Penelitian ini yang dapat dipaparkan dan ditunjukkan dalam pada hasil penelitian, didapat bahwa sudah dilakukan selama kurang dari 6 (enam) bulan dihitung dari bulan Juni 2021. Peneliti akan menganalisis berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Pada proses menganalisis dalam penelitian ini, peneliti akan menjawab mengenai penelitian tentang bagaimana Gaya Komunikasi yang dilakukan DS *Modelling School* dengan Desainer Busana.

Pada penelitian ini, digunakan cara/teknik pengumpulan sampel yaitu *purposive sampling*. Cara/Teknik *purposive sampling* tersebut merupakan suatu cara *sampling* dimana peneliti menggunakan pengambilan sampelnya dengan menetapkan cara khusus yang

sepantasnya ditujukan dalam penelitian yang diharapkan mampu menjawab permasalahan pada hal ini. Penelitian dikerjakan dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang diperoleh adalah dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang ada. Hal ini bisa membantu keabsahan data atau kevaliditasan data yang disajikan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan informan kunci dan informan pendukung. Adapun yang menjadi informan kunci adalah *founder DS Modelling School*. Untuk data pendukung, peneliti mewawancarai desainer-desainer busana yang berkunjung ke *DS Modelling School*. Semua wawancara yang dilakukan peneliti juga sebelumnya meminta persetujuan terlebih dahulu dari para Informan. Adapun langkah pertama yang peneliti lakukan sebelum mewawancarai para Informan adalah meminta informasi atau identitas diri, mengenai profesi atau pekerjaan informan.

Peneliti menggunakan judul ini dikarenakan ingin mendapatkan cara dari bagaimana proses *founder DS Modelling School* berkomunikasi dengan desainer-desainer busana menggunakan tipe gaya komunikasinya. Gaya komunikasi antara *founder DS Modelling School* dengan beberapa desainer busana akan sangat beragam, tergantung dari individu masing-masing. Apa sajakah yang dilakukan *founder DS Modelling School* dalam membentuk ikatan komunikasinya sehingga mencapai tujuan bersama dengan desainer-desainer busana. Peneliti juga ini melihat bagaimana keaktifan *founder DS Modelling School* dalam berkomunikasi dengan

orang yang sebelumnya ia kenal.

Dari fokus permasalahan pada penelitian yaitu guna mendapatkan informasi cara dari gaya komunikasi *Founder DS Modelling School* dengan desainer-desainer Busana Pekanbaru, sehingga peneliti mengajukan tanya jawab dan pengamat secara langsung kepada para informan. Peneliti memfokuskan pada cara berkomunikasi informan dari cara verbal ataupun nonverbal guna mendapatkan data-data yang diinginkan pada gaya komunikasi tersebut. Perihal komunikasi yang verbal, peneliti dapat mengarah pada bagaimana *DS Modelling School* bahasa yang digunakan untuk komunikasinya dengan desainer-desainer Busana, sementara untuk non-verbal peneliti lebih mengarah kepada penampilan diri *DS Modelling School*.

Peneliti menggunakan komunikasi secara langsung kepada informan guna mendapatkan data-data yang digunakan dan diperlukan. Sehingga, peneliti mengamati komunikasi para informan ketika mereka melakukan komunikasi. Suatu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh *DS Modeling School* Pekanbaru menunjukkan pendapat, maupun informasi ataupun pesan/kesan kepada Komunikan. Komunikator dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Pada Hari Sabtu Tanggal 08 Oktober 2021, *DS Modeling School* Pekanbaru mendapat kunjungan tamu dari Pihak Desainer Busana 1. Ketika itu sedang membicarakan mengenai telah keluarnya desain terbaru dari busana milik desainer busana 1 tersebut. Dalam situasi

proses pembicaraan mereka tersebut, tampak terlihat terciptanya suasana gaya komunikasi yang nyaman.

2. Pada tanggal 16 Oktober 2021, Desainer Busana 2 datang menjumpai *Founder DS Modelling School*. Proses gaya komunikasi dari pembicaraan antara *founder DS Modeling School* Pekanbaru dengan desainer busana 2 tersebut terlihat santai, seakan-akan sudah terjalin hubungan yang baik dan kepercayaan yang sudah lama.
3. *DS Modeling School* Pekanbaru juga mendapatkan kunjungan dari Desainer Busana 3 pada Hari Jum'at Tanggal 22 Oktober 2021. Desainer tersebut juga mengunjungi anak-anak didikan dari *DS Modeling School* Pekanbaru. Disitu mereka membicarakan beberapa hal yang berkaitan dengan proses produk busana melalui kegiatan *Fashion show*. *Founder DS Modeling School* Pekanbaru juga menjelaskan proses ikatan komunikasi dengan gaya komunikasi yang terbuka.
4. Pada Tanggal 30 Oktober 2021, Desainer Busana 4 mengunjungi *founder DS Modelling School* sekaligus pelatih fotografer. Pada hari Sabtu tersebut, Desainer Busana 4 mengajak *founder DS Modelling School* dan Fotografer untuk melakukan *Photo Session* menggunakan busana milik Desainer 4 tersebut. Berdasarkan hasil penelitian penulis terlihat bahwa proses gaya komunikasi pada hari itu berlangsung secara baik dan bersahabat.

Dari hasil observasi tersebut dapat dilihat bawah *founder DS*

Modeling School Pekanbaru berusaha menggunakan gaya komunikasi yang baik untuk tetap dapat mendukung para desainer-desainer busana. DS *Modeling School* Pekanbaru selalu bersedia untuk menjadi mitra dan pendamping yang baik bagi para desainer busananya. DS *Modeling School* Pekanbaru juga memberikan pelayanan terbaik serta ramah terhadap desainer-desainer busana tersebut.

Desainer-desainer busana tersebut menyatakan bahwa sangat senang menjalin komunikasi dengan DS *Modelling School* guna untuk mengembangkan dan mempublikasikan busana-busananya di dengan model-model didikan dari DS *Modelling School* Pekanbaru itu. Dalam mengelola *Modelling School* miliknya, *founder* selalu melakukan interaksi komunikasi yang baik dan professional dengan desainer-desainer busana tersebut. Ia juga melakukan totalitas kerja dengan selalu melakukan kontrol komunikasinya di lapangan, menfokuskan pada kualitas pelayanan dan kepercayaan para desainer busana.

Gaya komunikasi dipengaruhi oleh situasi, bukan kepada tipe seseorang. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda, baik ketika mereka sedang senang, sedih, marah, tertawa ataupun bosan. Proses gaya komunikasi yang terjadi di DS *Modeling School* Pekanbaru cenderung menggunakan tipe gaya komunikasi: Gaya Santai (*relaxed style*), Gaya Terbuka (*open style*), dan Gaya Bersahabat (*friendly style*).

a. Gaya Santai (*relaxed style*)

Berdasarkan hasil penelitian bahwa gaya komunikasi tipe Gaya Santai yang digunakan oleh *founder* DS *Modelling School* Pekanbaru dengan para desainer busana tersebut, sudah menunjukkan dengan gaya komunikasi dimana ia tidak mudah menunjukkan sikap yang gegabah, ia cenderung santai dalam menuturkan bahasanya. Desainer busana juga menjelaskan bahwa *founder* DS *Modelling School* selalu berkomunikasi dengan lebih tenang, sabar dan menyenangkan. Terlihat jelas bahwa ia tipe orang yang ceria, meskipun ia ada masalah, ia mampu menutupinya seolah-olah sedang tidak ada masalah. Ia selalu mampu terlihat tenang dan penuh senyuman. Hal tersebut sesuai dengan yang dijelaskan Northon (dalam Alo Liliweri, 2011: 309) bahwa Gaya Komunikasi tipe Gaya Santai tersebut adalah gaya seseorang berkomunikasi dengan tenang dan senang, penuh senyum dan tawa.

b. Gaya Terbuka (*open style*)

Pada komunikasi dengan Gaya Terbuka, terlihat bahwa *founder* DS *Modelling School* mengungkapkan pendapat dan pemikirannya tanpa mematahkan pendapat lawan bicaranya. Ia mengutarakan komunikasinya dengan jujur dan bersikap terbuka, tidak ada rahasia sehingga munculnya rasa percaya dirinya dengan apa adanya. Dengan gayanya yang seperti itu membuat suasana menjadi ramai. Hal tersebut juga sesuai dengan yang dijelaskan Northon (dalam Alo

Liliweri, 2011: 309) bahwa Gaya Terbuka (*open style*) adalah gaya seseorang yang berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dalam tampilan jujur dan mungkin saja blak-blakkan.

c. Gaya Bersahabat (*friendly style*)

Dari hasil penelitian, gaya komunikasi terakhir yang cenderung digunakan oleh *founder DS Modelling School* Pekanbaru dengan para desainer-desainer busana adalah gaya komunikasi tipe gaya bersahabat. Hal tersebut terlihat ketika ia bersifat lembut dan sopan ketika berkomunikasi dengan lawan bicaranya dan dengan gayanya yang cepat bisa akrab dengan orang yang baru dikenal, ia mampu menghidupkan suasana. Gaya komunikasi yang digunakan ini juga sesuai dengan yang dijelaskan Northon (dalam Alo Liliweri, 2011: 309) bahwa Gaya Bersahabat (*friendly style*) merupakan gaya komunikasi yang ditampilkan seseorang secara ramah, merasa dekat, selalu member respons positif, dan mendukung.

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan tentang Gaya Komunikasi Founder *Modelling School* Dengan Desainer-desainer Busana, penelitian dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gaya komunikasi *founder DS Modeling School* Pekanbaru dengan desainer-desainer busana tampak terlihat suasana gaya komunikasi yang nyaman, seakan-akan sudah terjalin hubungan yang baik dan kepercayaan yang sudah lama serta memberikan pelayanan terbaiknya terhadap lawan bicaranya.
2. Proses gaya komunikasi yang terjadi antara *founder DS Modeling School* Pekanbaru dengan desainer-desainer busana cenderung menggunakan gaya komunikasi:
 - a. Gaya Santai (*relaxed style*), gaya seseorang berkomunikasi dengan tenang dan senang, penuh senyum dan tawa.
 - b. Gaya Terbuka (*open style*), gaya seseorang yang berkomunikasi secara terbuka yang ditunjukkan dalam tampilan jujur dan mungkin saja blak-blakkan.

- c. Gaya Bersahabat (*friendly style*), gaya komunikasi yang ditampilkan seseorang secara ramah, merasa dekat, selalu member respons positif, dan mendukung

72

B. SARAN

Peneliti mencoba memberikan saran-saran dan rekomendasi berdasarkan analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Hal ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi *founder DS Modeling School* Pekanbaru:

1. Disarankan kepada *founder DS Modeling School* Pekanbaru untuk dapat lebih meningkatkan proses gaya komunikasinya dengan desainer-desainer busana yang dapat lebih meningkatkan sebuah interaksi yang jelas dan lebih terarah untuk mencapai tujuan bersama dan perihal yang berhubungan dengan anak-anak didikan *DS Modeling School* Pekanbaru
2. Gaya komunikasi *founder DS Modeling School* Pekanbaru sudah dinilai baik, akan tetapi hubungan kemitraan hanya berfokus antara desainer busana langsung dengan *founder DS Modeling School* Pekanbaru. Sebaiknya, *founder DS Modeling School* Pekanbaru juga bisa menjadikan anak-anak didikannya ikut berkomunikasi langsung dengan desainer-desainer tersebut, sehingga bisa terjalinnya gaya komunikasi yang baik juga antara anak-anak didikan (para model) dengan desainer-desainer busana.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Adler, Ronald B & George Rodman. 2006. *Understanding Human Communication*. New York: Oxford University Press
- Asiah, Nur. 2021. *Gaya Komunikasi Selebgram Anggarita Dalam Product Endorsement di Instagram*. Skripsi. Riau: UIN Suska Riau
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Baran, Stanley J. 2009. *Introduction to Mass Communication Media Literacy and Culture*, Edition. 5. New York: Mc Graw-Hill
- Barnard, Malcolm. 2016. *Fashion Sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra
- Budyatna, Muhammad dan Leila Mona Ganiem. 2011. *Teori Komunikasi Antar pribadi*, Cet. I, Edisi. I. Jakarta: Kencana
- Bungin, Burhan. 2015, *Komunikasi Pariwisata Tourism Communication Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Canggara, H. Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Cet. III, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Gunawan, Ary. 2010. *Sosiologi Pendidikan Suatu Analisis Sosiologi Tentang Pelbagai Problem Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga
- Istikomah, Rohmah. 2016. *Pembinaan Keagamaan Bagi Para Modeling (studi kasus di Queen Mozza Muslimah Modelling School Malang)*. Skripsi. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Lestari, Sri Budi. 2014. *Fashion sebagai Komunikasi Identitas Sosial di Kalangan Mahasiswa*.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group
- Maliki. 2010. *Sosiologi Pendidikan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University

Press

- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurfaiza, Ulfi. 2018. *Gaya Komunikasi Model SZ Management Surabaya*. Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel
- Pujileksono, Sugeng. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing
- Robbins, Stephen P. & Timothy A. Judge. 2011. *Perilaku Organisasi* Edisi ke-12, Jakarta: Salemba Empat
- Romli, Khomsahrial. 2011. *Komunikasi Organisasi Lengkap*, Cet. I, Edisi. I Jakarta: Grasindo
- Saefullah, Ujang. 2007. *Kapita Selekta Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama*, Cet. I, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Sanggarwati, Ratih. 2003. *Kiat menjadi model profesional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, A. 2007. *Yuk jadi model udah beken, tajir, lagi!*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soyomukti, Nurani. 2016. *Pengantar ilmu komunikasi*. Cet IV. Yogyakarta: Ar- ruzz Media
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Susanto, Eko Harry. 2010. *Komunikasi Manusia Esensi dan Aplikasi dalam Dinamika Sosial Ekonomi Politik*, Edisi. I. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Widjaja, H.A.W. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Zhafirah, Talitha Nur. 2018. *Gaya Komunikasi dan Citra Diri Selebgram Perempuan*. Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara

Jurnal :

- Sandicki, Özlem and Güliz Ger. 2007. Constructing and Representing the Islamic Cosumer in Turkey. *Fashion Theory*. 11(2): 197-198

Majalah

Armando, Ade. (2005, Desember). *Media telah Membentuk Persepsi Kecantikan*. Cibubur, Majalah PARAS No. 27/tahun III/Desember 2005, A4

Situs :

Azhri. 2012. *Model atau peragawati*. <https://azhri.wordpress>. diakses: 6 Juni 2021

<https://www.kajianpustaka.com/2016/05/pengertian-unsur-tujuan-model-komunikasi.html>

<https://presenta.co.id/artikel/definisi-dan-pengertian-public-speaking/>

<https://www.gurupendidikan.co.id/proses-komunikasi/>

<https://www.kbl.co.id/ingin-jadi-dancer-profesional-berikut-7-langkah-belajar-koreografi-dance.html>