



**MAKNA BARBIE MELALUI PERSPEKTIF
INTERAKSIONISME SIMBOLIK**

T E S I S

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar
Magister Sains pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Program pascasarjana Universitas Sahid Jakarta**

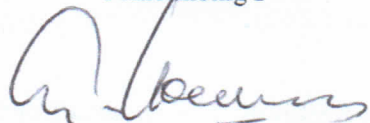
**Oleh :
RAHTIKA DIANA
2004.2.132.0.019**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
TAHUN 2006**

Judul Tesis : **Makna Barbie Melalui Perspektif Interaksionisme Simbolik**
Nama : **Rahtika Diana**
NIM : **2004.2.132.0.019**
Program Studi : **Magister Ilmu Komunikasi**
Konsentrasi : **Relasi Publik**

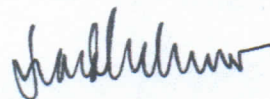
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Pembimbing I



(Dr. M. Yuwana Mardjuka, M.Si)

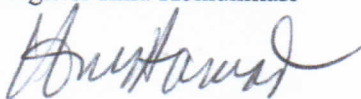
Pembimbing II



(Drs. Eduard Lukman, MA)

Mengetahui

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Ibnu Hamad, M.Si)

Direktur Program Pascasarjana

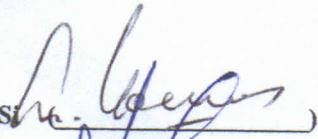


(Dr. Ir. Budiarto Subroto, DEA)

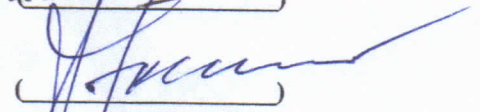
Judul Tesis : **Makna Barbie Melalui Perspektif Interaksionisme Simbolik**
Nama : **Rahtika Diana**
NIM : **2004.2.132.0.019**
Program Studi : **Magister Ilmu Komunikasi**
Konsentrasi : **Relasi Publik**

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

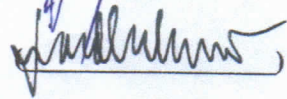
Penguji Ahli : **Dr. M. Yuwana Mardjuka, M.Si**



Penguji Utama : **Prof.Dr.Harsono Suwardi, MA**



Penguji Anggota : **Drs. Eduard Lukman, MA**



Tanggal Lulus : **08 Nopember 2006**

DAFTAR ISI

Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Abstrak	iv
Daftar Isi	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang	1
2. Pokok Permasalahan	10
3. Tujuan Penelitian	11
4. Signifikansi Penelitian	12
5. Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN TEORITIK	15
1. Konsep Komunikasi	15
2. Budaya dan Komunikasi	17
3. Perspektif Interaksionisme Simbolik	26
4. Perkembangan Interaksionisme Simbolik	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
1. Paradigma	44
2. Perspektif Interaksionisme Simbolik	41
3. Metode Penelitian	49
4. Teknik Pengumpulan Data	50
5. Subyek Penelitian	51
6. Analisis dan Bentuk Data	52
7. Keabsahan dan Validitas Data	53
8. Waktu dan Lokasi Penelitian	54
BAB IV HASIL PENELITIAN	55
1. Gambaran Umum	55
2. Hasil wawancara dengan Informan	76

BAB V ANALISIS DATA	94
1. Barbie Sebagai Obyek Sosial	94
1.1. Makna (<i>meaning</i>)	97
1.2. Bahasa (<i>language</i>)	101
1.3. Pikiran (<i>thought</i>)	102
1.4. Makna Simbolik Barbie	103
1.5. Interaksi Sosial dan Masyarakat	110
2. Diri Sebagai Obyek Sosial	112
BAB VI PENUTUP	123
1. Kesimpulan	123
2. Diskusi	127
3. Implikasi	128
4. Rekomendasi	130
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

ABSTRAK

Barbie adalah boneka yang menjadi fenomena ditengah masyarakat akibat pengaruh yang ditimbulkannya pada orang-orang dari berbagai umur, ras dan bangsa. Diciptakan oleh Ruth Handler pada tahun 1959 oleh Ruth Handler dan mampu bertahan hingga sekarang sebagai salah satu boneka yang digemari tidak saja oleh anak-anak tetapi juga orang dewasa. Barbie memiliki makna yang kuat bagi mereka yang mempunyai pengalaman dengannya.

Untuk mengungkap makna Barbie bagi para penggemarnya, penelitian ini menggunakan perspektif Interaksionisme Simbolik sebagai alat analisis. Interaksionisme Simbolik adalah salah satu perspektif yang banyak digunakan untuk memahami realitas sosial dalam masyarakat dengan menekankan pada pembentukan makna dan tindakan sosial seseorang. Dengan demikian perspektif ini diharapkan dapat menjelaskan makna Barbie sebagai obyek sosial dan pembentukan konsep diri sehubungan dengan makna tersebut.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstrutivis dan metode yang digunakan adalah kualitatif dimana pengumpulan data diperoleh dari wawancara mendalam dan pengamatan berperan serta data sekunder berupa dokumen-dokumen tertulis dan internet. Subyek penelitian adalah orang-orang yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Kriteria ini antara lain memiliki pengalaman dengan Barbie selama 5 tahun dan mengoleksi boneka-bonekanya. Para informan berjumlah lima orang yang terdiri dari kolektor Barbie, penggemar Barbie usia anak-anak dan remaja.

Dalam perspektif interaksionisme simbolik, Barbie dipandang sebagai obyek sosial karena didefinisikan berdasarkan manfaat yang diberikan pada penggemarnya. Penggunaannya tergantung dari makna yang diberikan pada boneka tersebut. Barbie menjadi benda kolektor, teman imajinatif atau status sosial bagi para penggemarnya. Barbie

memiliki makna simbolik karena merepresentasikan sesuatu dan dikomunikasikan untuk tujuan tertentu. Gaya rambut dan busana Barbie, misalnya, memiliki makna simbolik karena menunjukkan apa yang menjadi tren pada saat itu.

Begitu juga dengan konsep diri yang menjadi obyek sosial dalam perspektif ini juga terbentuk melalui interaksi sosial. Dalam proses pembentukannya, konsep diri melibatkan orang-orang yang dianggap penting (*significant others*), *generalized others* (sekelompok *significant other*) dan pengambilan peran orang lain (*taking the role of others*). Terutama bagi penggemar anak-anak, peran *significant others* ini sangat penting karena dalam perkembangan dirinya mereka membutuhkan referensi untuk identitas diri. Dengan demikian Barbie dapat menjadi salah satu referensi pembentukan identitas diri mereka.

Hasil penelitian ini menunjukkan latar belakang sosial dan budaya mempengaruhi interpretasi dan makna yang diberikan pada Barbie oleh penggemarnya. Latar belakang sosial mencakup umur, kelas sosial dan pendidikan. Sementara unsur-unsur budaya terdiri dari norma, nilai dan sikap yang dianut masyarakat setempat.