

**STUDI DESKRIPTIF : GAMBARAN MOTIVASI MENGIKUTI
AGENCY MODELING PADA REMAJA DILIHAT DARI DIRI SENDIRI
DAN MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Persyaratan untuk Meraih Gelar Sarjana Strata 1 Psikologi

Fakultas Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten



Disusun oleh :

ANDIRA NURLAELA

NIM : 1861100018

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN



Diajukan Oleh

ANDIRA NURLAELA

1861100018


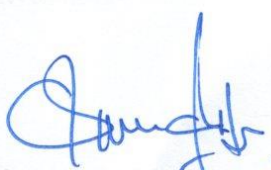
Skripsi ini telah disetujui untuk diujikan pada sidang ujian Skripsi Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Widya Dharma Klaten Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 31 Agustus 2022

Pembimbing I

Pembimbing II


Winarno Heru M. M. Psi. PSIK 
NIK. 690 811318 **NIK. 690 811319**

HALAMAN PENGESAHAN



Skripsi ini telah dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi pada Hari Rabu
Tanggal 31 Bulan 08 Tahun 2022 Dengan susunan Dewan Penguji :

Dewan Penguji

Ketua

Dra. DWI WAHYUNI U, S. Psi., M.PHIL
NIP. 196 702241994032001

Sekretaris

HARTANTO, S. Psi. MA
NIP. 690 313 334

Penguji Utama

Winarno Heru M. M. Psi. PSIK
NIK. 690 811318

Penguji Pendamping

Anna Febrivanti S. Psi., M.Si M.Psi., PSikolog
NIK. 690 811319

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan



Winarno Heru Murjito, M. Psi., Psikolog
NIK. 890 324 442



UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
PRODI PSIKOLOGI

Alamat : Jl. Ki Hajar Dewantara 168 Klaten 57401

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

N a m a : **ANDIRA NURLAELA**
N I M : 1861100018
Program Studi : **Psikologi**

Menyatakan bahwa SKRIPSI berjudul :

**STUDI DESKRIPTIF : GAMBARAN MOTIVASI MENGIKUTI
AGENCY MODELLING DILIHAT DARI DIRI SENDIRI DAN
MEDIA SOSIAL**

Merupakan hasil karya tulis yang kami buat sendiri, dan bukan merupakan bagian dari Skripsi maupun hasil karya tulisan penulis lain. Bilamana ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar dan terbukti ada sebagian hasil karya tulisan penulis lain, kami sanggup menerima sanksi akademik apapun yang ditetapkan oleh Universitas Widya Dharma Klaten.

Klaten, 31 Agustus 2022
Yang menyatakan,



ANDIRA NURLAELA
NIM.. 1861100018

PERSEMBAHAN

Teriring rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua Orang tuaku yang selalu memberikan do'a dan dukungan baik spirit maupun materi untuk keberhasilan dan kelak aku bisa membalas jasa jasa beliau.
2. Para Dosen pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan , arahan serta saran dalam menyusun skripsi ini.
3. Kakak dan adikku yang tersayang.
4. Teman teman semua yang tak bisa disebutkan satu persatu.
5. Almamaterku tercinta yang telah memberikan wadah untuk diriku menimba ilmu.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mendapatkan gelar Sarjana Satu (S1) Jurusan Psikologi di Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Widya Dharma Klaten, dengan judul “STUDI DESKRIPTIF : GAMBARAN MOTIVASI MENGIKUTI AGENCY MODELING PADA REMAJA DILIHAT DARI DIRI SENDIRI DAN MEDIA SOSIAL”.

Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih dan penghargaan setinggi – tingginya kepada pihak yang telah membantu terutama kepada :

1. Bapak Prof. H. Triyono, M.Pd., selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Bapak Winarno Heru Murjito, M.Psi., Psikolog sebagai Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Bapak Winarno Heru Murjito, M.Psi., Psikolog sebagai pembimbing I yang telah memberikan sebagian bantuannya

yang berupa sumbangan pikiran dan pengarahan hingga terselesaikan skripsi ini.

4. Ibu Anna Febriyanti S. Psi., M.Si sebagai pembimbing II yang telah membimbing skripsi ini hingga selesai dan sempurna.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Widya Dharma Klaten, terimakasih atas materi materi perkuliahan dan pengalaman yang telah diberikan.
6. Kedua Orang tuaku, terimakasih untuk do'a dan motivasinya selama ini.
7. Rekan - rekan angkatan 2018 yang sudah berjuang bersama sama. Terimakasih untuk waktu dan kisah nya selama ini semoga tetap terjalin silaturahmi kedepannya.
8. Teman - teman DOA MODEL yang selama ini mensupport secara moral & memberi warna di hari – hariku.
9. Dan untuk semua teman temanku yang tak bisa kusebutkan namanya satu persatu. Terimakasih untuk do'a, dukungan , dan kontribusinya sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
10. Semua rekan rekan mahasiswa jurusan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Semoga segala kebaikan dan bantuan yang sudah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang lebih dari Allah SWT, dan penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi masyarakat dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Klaten, 30 Agustus 2022

Penulis

Andira Nurlaela

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK (ABSTRACT- dalam bahasa Inggris)	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. LATAR BEALAKANG	1
2. RUMUSAN MASALAH	8
3. TUJUAN PENELITIAN	9
4. MANFAAT PENELITIAN	9
4.1 Manfaat Teoritis	9
4.2 Manfaat Praktis	10
5. Kerangka pikir	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
1. Motivasi Mengikuti Agency Modeling	12
1.1 Motivasi	13
1.2 Aspek Motivasi	15
1.3 Faktor – faktor yang mempengaruhi motivasi	21
1.4 Jenis Motivasi	23
1.5 Dunia Modeling	25
1.5 Motivasi mengikuti Agency Modeling	27
1.5.1 Faktor Motivasi dari diri – sendiri	31
1.5.2 Faktor Motivasi dari Media Sosial	32
BAB III METODE PENELITIAN	36
1. JENIS PENELITIAN	36
2. SUBJEK PENELITIAN	40

3. PENGUMPULAN DATA	41
4. PROSEDUR PENELITIAN	46
5. TEKNIK ANALISIS DATA	50
6. ORIENTASI KANCAH PENELITIAN	53
7. UJI KEABSAHAN DATA.....	54
BAB IV LAPORAN PENELITIAN	57
1. SITUASI PENELITIAN	57
1.1 Persiapan Penelitian	57
1.2 Pelaksanaan Penelitian	59
2. PENGUMPULAN DATA	60
3. PROFIL SUBJECT	61
3. HASIL PENELITIAN	62
4. TRIANGULASI	69
5. PEMBAHASAN	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
1. Kesimpulan	73
2. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	77
Lampiran foto informan 1.....	78
Lampiran foto informan 2.....	79
Lampiran foto informan 3.....	80
Lampiran foto informan 4.....	81
Lampiran Pedoman wawancara	82
Lampiran lembar observasi	83

ABSTRAK

**ANDIRA NURLAELA, 1861100018, JUDUL STUDI DESKRIPTIF :
GAMBARAN MOTIVASI MENGIKUTI AGENCY MODELING PADA
REMAJA DILIHAT DARI DIRI SENDIRI DAN MEDIA SOSIAL**

Skripsi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Widya Dharma Klaten.

Studi ini mengkaji mengenai Motivasi untuk mengikuti Agency model khususnya di area Jawa Tengah dan Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran motivasi mengikuti agency modeling pada remaja dilihat dari faktor pribadi & media sosial. Proses pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan observasi yang dilakukan dengan 4 informan anak didik modeling DOA MODEL berdasarkan ciri dan karakteristik Terdaftar sebagai peserta didik DOA Model Umur 5 - 30 tahun, Terbuka dalam segala informasi, Memakai media Sosial & Sudah ikut DOA Model minimal 1 tahun. Hasil wawancara yang diperoleh dan dilakukan orientasi kaneh serta Pengujian keabsahan data menggunakan 4 kriteria Kepercayaan (*Credibility*), Triangulasi Sumber, Triangulasi Metode, Triangulasi Peneliti, Review Informan. Setelah itu penulis melakukan analisis kesimpulan setelah mendapatkan data yang cukup. Dari kesimpulan itulah penulis menjabarkan hasil penelitian ini agar bermanfaat bagi mahasiswa, penulis sendiri dan peneliti selanjutnya. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Motivasi untuk mengikuti Agency model sangat beragam. Dalam penelitian ini kita berfokus motivasi dari diri sendiri & motivasi dari media sosial. Yang paling dominan ternyata motivasi dari diri sendiri dengan kata lain anak didik sudah memiliki maksud dan tujuan tersendiri saat mereka masuk dalam Agency model. Untuk motivasi dari media sosial sendiri juga ada pengaruhnya, akan tetapi sebagian besar hanya sebagai referensi ataupun pandangan kepada mereka bahwa modeling itu banyak variasinya. Jadi dari segi aspek bisa disimpulkan bahwa dari segi aspek Motivasi Hanya kebutuhan Fisiologis yang tidak ada, dikarenakan kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan pokok pada individu sedangkan Modelling school di peruntukan untuk meningkatkan kualitas diri.

Kata Kunci : *Motivasi, Agency Model.*

BAB I

PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG

Di Era *globalisasi* ini Kita dituntut untuk bersaing secara mandiri baik muda ataupun tua. Apa lagi di jaman digital yang berkembang begitu pesat informasi akan mudah didapatkan dan persaingan sangat ketat. Banyak yang mencari pekerjaan diberbagai perusahaan dengan berbagai profesi untuk sekedar memenuhi kebutuhan maupun mengejar cita-cita. Menurut Howard M. Vollmer dan Donald L. Mills Istilah profesi sendiri telah banyak dimengerti orang bahwa suatu hal yang berkaitan dengan bidang yang sangat dipengaruhi oleh pendidikan yang telah di tempuh setiap individu. Setiap manusia pasti ingin memiliki profesi seperti apa yang diinginkan atau yang menjadi cita-citanya. Dalam kehidupan manusia pada saat ini tak terlepas dari dunia pendidikan, kemampuan seseorang biasanya dinilai dari jenjang pendidikan yang ditempuh setiap individu. Terdapat dua jenis pendidikan di Indonesia yaitu pendidikan formal dan pendidikan non formal. Apa itu pendidikan formal, pendidikan formal yaitu pendidikan yang diberikan oleh pemerintah untuk masyarakatnya. Sedangkan pendidikan non-formal yaitu jalur pendidikan yang diluar dari pendidikan formal yang ditujukan untuk menggali bakat dan minat seseorang.

Pendapat para pakar pendidikan non formal mengenai definisi pendidikan non formal cukup bervariasi. Philip H.Coombs berpendapat bahwa pendidikan non formal adalah setiap kegiatan pendidikan yang terorganisir yang

diselenggarakan diluar system formal, baik tersendiri maupun merupakan bagian dari suatu kegiatan yang luas, yang dimaksudkan untuk memberikan layanan kepada sasaran didik tertentu dalam mencapai tujuan-tujuan belajar. Menurut Soelaman Joesoef, pendidikan non formal adalah setiap kesempatan dimana terdapat komunikasi yang terarah di luar sekolah dan seseorang memperoleh informasi, pengetahuan, latihan maupun bimbingan sesuai dengan tingkat usia dan kebutuhan hidup, dengan jtujuan mengembangkan tingkat keterampilan, sikap dan nilai-nilai yang memungkinkan baginya menjadi peserta-peserta yang efisien dan efektif. Pelayanan pendidikan non-formal sendiri diperuntukan bagi masyarakat yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi sebagai penambah, pengganti, atau bisa juga menjadi pelengkap pendidikan formal dalam rangka mendukung pengetahuan atau memperluas pengetahuan. Penyelenggaraan satuan dari pendidikan non-formal sendiri meliputi satuan pendidikan, kelompok belajar, pusat kegiatan belajar masyarakat, lembaga pelatihan atau lembaga kursus dalam lingkungan keluarga, pekerjaan bahkan lingkungan masyarakat dan negaranya. Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pendidikan non formal adalah pendidikan kegiatan belajar mengajar yang diadakan di luar sekolah untuk memenuhi kebutuhan pendidikan peserta didik tertentu untuk mendapatkan informasi, pengetahuan, latihan, dan bimbingan sehingga mampu bermanfaat bagi keluarga, masyarakat, dan negara.

Menurut Soelaman Joesoef. Pendidikan non formal bertanggung jawab menggapai dan memenuhi tujuan-tujuan yang sangat luas jenis, level, maupun cakupannya. Dalam kapasitas inilah muncul pendidikan non formal yang bersifat

multi purpose. Ada tujuan-tujuan pendidikan non formal yang terfokus pada pemenuhan kebutuhan belajar tingkat dasar (*basic education*) semacam pendidikan keaksaraan, pengetahuan alam, keterampilan vokasional, pengetahuan gizi dan kesehatan, sikap sosial berkeluarga dan hidup bermasyarakat, pengetahuan umum dan kewarganegaraan, serta citra diri dan nilai hidup

. Dari banyak jenis lembaga non-formal diatas salah satunya adalah *Modelling School* atau *Agency Model*. Menurut Direktur CMM Asmat Pro, Nyudi Dwijo Susilo, M. Pd., Mengikuti kursus pendidikan atau pelatihan di sekolah/lembaga kursus modeling merupakan cara bagi remaja yang ingin terjun ke dunia model. Tidak sekedar di showbiz-nya, glamour-nya saja, tetapi dari sisi edukasi, anak didik juga memperhatikan supaya mereka punya kualitas, mengembangkan kurikulum yang berbasis pada modeling personality. Modeling personality itu artinya kita mengembangkan aspek personal dan aspek sosial, dimana agar anak didik mempunyai personal bagus di kesehariannya. Tak lupa seseorang mempunyai personality yang bagus maka diikuti dengan Personal branding.

Personal branding merupakan sebuah citra diri di mata publik, sehingga orang – orang mengenal pribadi Anda. Pencitraannya dapat dilakukan melalui berbagai hal, seperti perilaku sehari – hari atau melalui unggahan sosial media. Konsistensi bentuk perilaku tersebut menunjukkan adanya sebuah kesimpulan mengenai diri seseorang. Penilaian dari publik tersebut adalah sebuah citra. Penilaian ini bisa diatur, salah satunya menggunakan strategi personal branding.

Tentunya dengan maksud baik, seperti membangun relasi dengan orang lain, mendapatkan pekerjaan, atau memberikan kesan perkenalan yang baik. Setiap orang memerlukannya, mengingat mereka hidup pada lingkungan sosial. Pencitraan memang terkadang terkesan negatif, tetapi menjadi positif apabila citranya memang menunjukkan pribadi sesungguhnya. Biasanya dapat terlihat pada kehidupan sehari – harinya, apabila konsisten maka pribadinya sesuai dengan citranya. Pencitraan tersebut sangat dibutuhkan, salah satunya adalah ketika hendak bekerja sama dengan klien atau melamar pekerjaan. Contohnya Anda adalah seorang editor video, selain membangun portofolio, bisa menggunakan sosial media untuk pamer skill. Konsistensi postingan yang membahas tentang editing video, proses produksinya, serta kesungguhan dalam setiap editingnya akan membuat orang lain menilai Anda. Penilaian tersebut merupakan sebuah citra atau branding. Citra tersebut bisa terbangun secara alamiah maupun terencana, contoh editor video tadi merupakan hal yang terencana. Mulai dari jenis postingannya dan obrolannya semua berfokus pada satu hal, yaitu kemampuannya editing video. Mengenali diri sendiri adalah kunci ketika ingin membangun personal branding, baik melalui sosial media atau perilaku sehari – hari. Mengenali tidak hanya kelebihan, tetapi juga kekurangannya. Sehingga bisa memperbaiki kekurangannya. Fokusnya bukan untuk menutupi kelemahan, atau menonjolkan kelebihan, tetapi memaksimalkan kapasitas diri. Tentu tidak ingin apabila berinteraksi dengan orang lain merugikan mereka karena kelemahan diri sendiri.

Kebetulan penulis mempunyai pengalaman di *Agency Model*. Dimana

Agency Model adalah sekolah & komunitas pecinta modeling, dimana peserta didiknya dari berbagai *background* yang mempunyai minat & bakat yang sama. Di dalam *Agency Model* sendiri sebenarnya tidak hanya tentang *catwalk*, tetapi banyak hal yang bisa di pelajari di dalamnya. Karena Usia dan background peserta yang sangat luas terjadi fenomena keluar masuknya peserta didik yang sangat cepat yang penulis hanya sedikit tau penyebabnya. Dari penelitian ini penulis akan mencari tau dari segi Motivasi peserta didik yang ikut *Agency Model*.

Dunia model sering dikaitkan dengan kecantikan dan ketampanan seseorang. Di masa ini kecantikan bukan lagi wajah yang cantik sempurna dan tubuh yang indah, melainkan apa yang disebut dengan *personality* atau kepribadian yang baik. Ada yang mengatakan bahwa untuk menjadi model atau peragawati atau peragawan hanya membutuhkan modal kecantikan atau ketampanan. Akan tetapi, saat ini untuk menjadi peragawati atau peragawan tidak hanya cukup bermodalkan wajah dan tubuh yang indah, namun diharuskan mampu mengingat bermacam-macam koreografi (tata gerak). Apabila ikut dalam ajang *miss* dan sebagainya di hadapan penonton, peragawati atau peragawan harus mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan & mempunyai pengetahuan atau logika yang mumpuni. Seorang peragawati/peragawan harus mengetahui bahan yang ia pakai serta menguasai detail - detail busana tersebut (Sanggarwati, 2013). Model adalah sosok yang menjadi contoh bagi orang lain dan public figure yang harus mempunyai attitude, karakter atau komersial di dunia *modeling*. Model harus bisa menciptakan karakter di atas panggung.

Model pria atau wanita yang dijadikan sebagai acuan fashion atau busana terbaru dipoles wajahnya dengan sentuhan make up (bahasa modern nya sekarang MUA). Kemudian mereka memeragakan busana terbaru dari designer didepan umum, seperti gedung pertemuan, hotel, mall, dan panggung *catwalk*. Mereka dituntut untuk selalu berpenampilan menarik. Selain itu, model juga diharuskan untuk tersenyum (tergantung karakter yang dibawakan) atau tidak menunjukkan mood yang tidak baik ketika tampil di depan umum. Mereka dituntut agar dapat mengendalikan emosi dan mood di depan kamera.

Syarat Umum untuk menjadi model ialah mempunyai berat badan yang ideal, atau berat sesuai dengan tinggi badan yang dikurangi dengan 110 cm. Selain itu, bentuk badan yang ideal tersebut dipelihara dengan baik. Untuk Model Profesional memiliki tinggi minimal 165 cm untuk perempuan dan 175 cm untuk laki-laki. Selain itu, juga dituntut untuk memiliki wajah yang berkarakter, bentuk badan yang ideal, kulit dan rambut serta wajah yang terawat bagi perempuan dan bentuk badan yang atletis bagi laki – laki. Seorang model juga harus memiliki Kepercayaan yang baik dan dituntut agar mampu mengambil keputusan dengan cepat serta tepat apabila terjadi sesuatu di luar rencana. Kemudian, model juga harus bertanggung jawab pada profesinya (*profesional*). Dunia model juga dapat menjadi fokus pekerjaan yang menghasilkan uang atau menjadi profesi yang menjanjikan. Menurut Setiawan (2007) ada sepuluh keuntungan menjadi model yaitu; menjadi karier mandiri dan produktif, terkenal, pergaulan luas, dan punya penghasilan tambahan yang lumayan. Selain itu, menjadi model juga dapat dikenal banyak orang, sering

dilibatkan dalam beragam kegiatan kemasyarakatan, proses regenerasi yang cepat, peluang yang terbuka lebar, dapat memiliki pendapatan sendiri, serta mendapatkan pelayanan yang lebih dari masyarakat.

Model merupakan profesi yang mampu membuka berbagai peluang kerja/karier. “Modeling itu kan membuat banyak ‘pintu’ terbuka. ‘Pintu’ itu kesempatan atau peluang kerja bagi mereka yang serius (menekuni) dunia modeling. Dengan belajar modeling, peserta didik dapat melatih kepercayaan dirinya. Kemudian, mereka dapat meningkatkan baik penampilan luar maupun citra diri. Soft skill yang didapatkan tersebut dapat bermanfaat untuk mencari pekerjaan seperti lebih percaya diri saat mengikuti interview kerja misalnya. Siswa modeling mendapatkan beberapa materi seperti *public speaking*, *master of ceremony (MC)*, *akting*, dan *makeup* meskipun sebatas pengenalan. tantangan yang dihadapi saat ini yaitu pola pikir masyarakat yang cenderung instan terhadap dunia modeling. Agency model mengedepankan konsep modeling personality agar siswa mempunyai perubahan karakter, sikap, dan kebiasaan ke arah yang lebih positif. Itulah kenapa pendidikan modeling memakan waktu relatif lama. Dalam rentang waktu tersebut, siswa masih memiliki kesempatan untuk mendapatkan proporsi badan yang ideal.

Berkembangnya media sosial seperti Instagram memunculkan fenomena seperti selebgram atau influencers. Para influencers ini tak jarang digayet oleh sebuah brand dan mendapatkan kesempatan untuk tampil di runway pada event fashion show. Meskipun para influencers itu mungkin tidak pernah menempuh jalur pendidikan modeling. Melihat fenomena tersebut influencers itu memang

yang sudah punya massa, (bisa) mempengaruhi orang (karena) followers-nya banyak. Media sosial lebih cenderung ke strategi pemasaran atau upaya branding agar orang tertarik untuk datang ke sebuah event.

Untuk penelitian ini menggunakan Studi deskriptif dikarenakan penelitian bersumber dari responden yang dijadikan ukuran angka & disimpulkan melau bobot angka tersebut. Berikut pengertian Studi deskriptif itu sendiri adalah Penelitian deskriptif adalah suatu metode riset yang memiliki tujuan untuk menjelaskan secara spesifik peristiwa alam dan sosial yang terjadi di masyarakat Punaji (2010), Penelitian deskriptif ialah suatu penelitian yang berusaha menjawab permasalahan yang ada berdasarkan data-data. Proses analisis dalam penelitian deskriptif yaitu, menyajikan, menganalisis, dan menginterpretasikan Narbuko & Ahmadi (2015), Penelitian deskriptif adalah karakteristik penelitian yang dapat mengungkapkan atau membedah berbagai fenomena alam dan sosial dalam masyarakat secara spesifik Sukmadinata (2017), Penelitian deskriptif ialah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki suatu kondisi, keadaan, atau peristiwa lain, kemudian hasilnya akan dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian Arikunto (2019).

2. RUMUSAN MASALAH

Masalah secara sederhana dapat dirumuskan sebagai kesenjangan antara yang diharapkan dan dialami, dimana untuk menyelesaikannya diperlukan kemampuan menggunakan pikiran dan ketrampilan secara tepat. Misal, dari pengumpulan fakta. Dari latar belakang diatas dapat dijadikan rumusan masalah

sebagai berikut : Dari hasil penelitian bisa di lihat gambaran Motivasi apa yang mempengaruhi keputusan calon anak didik untuk bergabung dalam Agency Model, dilihat dari motivasi pribadi dan media sosial.

3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah dapat diambil sebagai tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui gambaran motivasi mengikuti agency modeling pada remaja dilihat dari faktor pribadi & media sosial. Dan dari hasil penelitian kedepannya bisa menjadi acuan masyarakat atau pun pelaku usaha agar memperbaiki sistem atau pun kurikulum sesuai dengan tujuan calon anak didik.

4. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan seperti penulis sendiri, remaja – remaja disekitar kota yang dilakukan observasi. Jadi mereka memiliki suatu pandangan tentang Agency modeling yang sangat bermanfaat dari mereka. Berikut ini manfaat penelitian yang dapat saya peroleh dari penelitian ini :

4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu psikologi, terutama psikologi Belajar dan psikologi sosial, dimana hasil penelitian ini diharapkan dapat

menambah pengetahuan tentang Dunia Modeling serta variabel apa yang mempengaruhi.

4.2. Manfaat Praktis

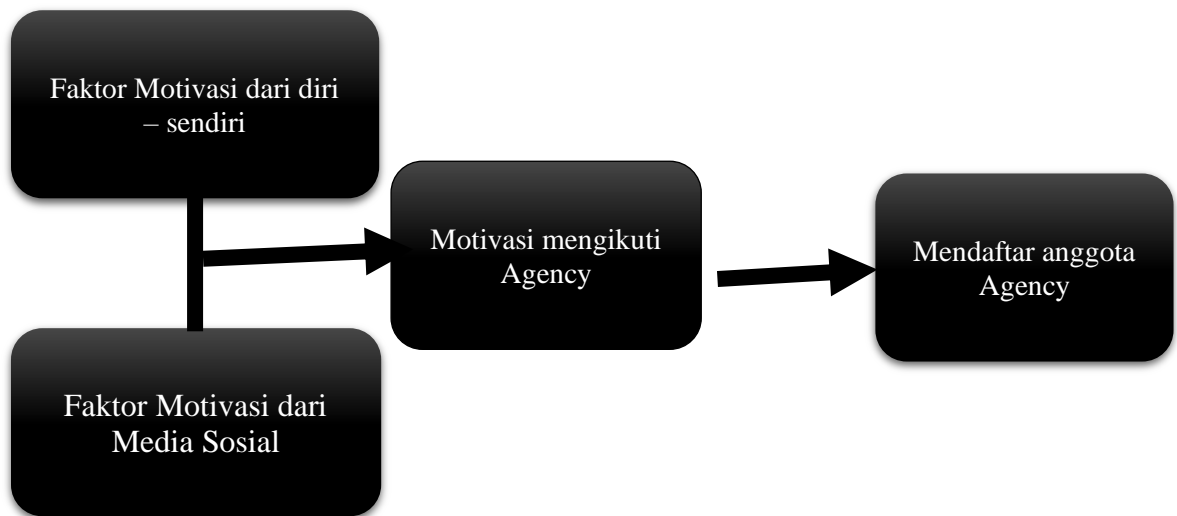
1. Bagi Mahasiswa dapat memberikan gambaran mengenai motivasi anak – anak muda dalam bergabung di *Agency Modeling*.
2. Bagi perguruan tinggi, sebagai bahan masukan dalam perencanaan pengembangan soft skill di luar mata kuliah baku.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori – teori mengenai faktor-faktor motivasi mengikuti *Agency Modelling*.

5. KERANGKA PIKIR

Dalam Penelitian kali ini Saya gambarkan Seberapa jauh Motivasi dari Diri sendiri & media sosial mempengaruhi seseorang untuk bergabung di Agency modeling. Disini Motivasi adalah suatu yang mendorong seseorang untuk berbuat, bergerak, serta melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna memperoleh sesuatu yang diinginkan ataupun sesuatu yang telah menjadi tujuan. Seorang Individu mengikuti/ bergabung *Agency Modeling* pasti ada sesuatu yang mendorong tindakan mereka. Sesuatu yang mendorong Individu melakukan kegiatan itu yang di sebut dengan motivasi.

Motivasi muncul karena beberapa faktor, Faktor itu sendiri muncul dari dalam diri Individu (intrinsik) yang berupa persepsi seseorang mengenai diri

sendiri, harga diri, harapan pribadi, kebutuhan, keinginan, kepuasan, dan prestasi yang di hasilkan. Dan faktor dari luar individu (*ekstrisik*) yang berupa jenis dan sifat organisasi atau komunitas Disini faktor dari luar Bisa kita sebut Motivasi dari Media sodial, Dimana media sosial pada zaman ini sangat berpengaruh besar terhadap individu seseorang dan lingkungan media sosial sangat berbeda dengan likungan kita sehari-hari. Dari penjabaran diatas Motivasi Diri sendiri dan Media sosial adalah Motivasi yang memiliki peran yang sangat besar dalam keikutsertaan Individu dalam mengikuti *Agency Modeling*.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Motivasi untuk mengikuti Agency model sangat beragam dan bisa dikatakan bisa memiliki motivasi yang banyak. Dalam penelitian ini kita berfokus motivasi dari diri sendiri & motivasi dari media sosial. Yang paling dominan ternyata motivasi dari diri sendiri dengan kata lain anak didik sudah memiliki maksud dan tujuan tersendiri saat mereka masuk dalam Agency model. Ada yang benar – benar fokus untuk jadi Model profesional, ada yang ingin menjadi sesuatu dimana sekarang mengasah kemampuan lewat modelling. Intinya Agency model sangat mereka perlukan untuk mengasah & melatih kemampuan pribadi agar lebih baik, walau tidak harus menjadi modeling tapi menjadi batu loncatan untuk cita-cita yang lain. Karena di dunia modeling atau pendidikan modeling anak-anak didik bisa mendapatkan banyak skil diantaranya catwalk, pose, make up, design busana, fotografi, marketing, event organize dan lain sebagainya.

Untuk motivasi dari media sosial sendiri juga ada pengaruhnya, akan tetapi sebagian besar hanya sebagai referensi ataupun pandangan kepada mereka bahwa modeling tu banyak variasinya. Cotoh riilnya ada beberapa modeling yang tidak mengedepankan look / kesempurnaan, Contohnya Agency milik penulis sendiri “DOA MODEL” Dimana DOA MODEL

mengedepankan peningkatan kualitas diri bukan memberi syarat ke calon anak didik seperti good looking, tinggi badan dan lain sebagainya. Ada di solo “*GEMES MODELING*” yang anggotanya perempuan-perempuan big size/ gemuk. Dimana gemes sendiri merupakan singkatan dari gemuk mempesona. Dan juga media sosial malahan dijadikan mereka sebagai tempat Show up skill mereka. Jadi media sosial sebagai tempat mendapatkan informasi, Media sosial juga sebagai sarana membagikan informasi atau pun media marketing.

2. SARAN

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan, ada beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai masukan untuk meningkatkan keilmuan mengenai Motivasi untuk masuk ke Agency model. Dalam hal ini saran tersebut adalah:

1. Bagi mahasiswa

Bagi mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten ataupun dunia pendidikan pada umumnya, penelitian ini bisa menjadikan gambaran mengenai peran pendidikan di luar pendidikan non formal. Sebenarnya banyak pendidikan diluar pendidikan non formal yang sangat membantu pribadi untuk meningkatkan kualitas diri.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan hasil temuan ini bisa menambah wawasan peneliti mengenai motivasi – motivasi masyarakat yang ingin bergabung di

agency model. Dimana kebetulan Peneliti mempunyai Agency model yang berada di 3 kota, dan hasil penelitian ini bisa menjadi masukan untuk meningkatkan kualitas Agency model & kurikulum yang sudah ada agar yang bergabung menjadi anak didik di agency model lebih tepat menerima materi – materi ataupun pelatihan – pelatihan yang di berikan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dari penelitian ini, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut mengenai motivasi – motivasi yang lain di dunia Modelling agar lebih memperjelas motivasi anak – anak didik yang mau bergabung di agency model

DAFTAR PUSTAKA

- A, Muhaimin M. 2002. *Paradigma Pendidikan Islam Upaya Mengefektifkan Pendidikan Agama Islam di Sekolah*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Abraham, H. Maslow. 1994. *Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan hierarki Kebutuhan Manusia)*. Jakarta: PT PBP.
- Achmadi, A., dan Narbuko. 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Adnyana, Putra. 2013. *Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Hubungan Antara Kinerja Dengan Nilai Perusahaan*. E-Journal Universitas Udayana.
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka cipta.
- Clegg, Brian. 2000. *Instan Motivasi 79 Cara Menumbuhkan Motivasi*. Terj. Harahap, Zulkifi & Priyanto, Dwi Wahyu. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2011. *Psikologi Belajar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Hasibuan M. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Cetakan keenam. Jakarta: Bumi Aksara.
- Devung, G. Simon. 1988. *Pengantar Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta: Dedikbud.
- Herzberg, Frederick. 2011. *Herzberg's Motivation-Hygiene Theory and Job Satisfaction in,The Malaysian Retail Sector*.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2006. *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Edisi

- Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herdiansyah, Haris. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Psikologi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Murti, B. 2013. *Desain dan Ukuran Sampel untuk Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif di Bidang Kesehatan*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Moh. Nazir. 1988. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
- Poerwandari, E.K. 1988. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta: perfecta.lpsp3 ui.
- Punaji. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sanggarwati, R. 2013. *Kiat menjadi model professional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawan, A. 2007. *Yuk jadi model udah beken, tajir, lagi!*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sutama. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cetakan pertama. Surakarta: Fairuz Media.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.