

Perbedaan Motif Antara Ibu Rumah Tangga yang Bekerja dan Tidak Bekerja Dalam Mengikuti Sekolah Pengembangan Pribadi di John Robert Powers, Surabaya

Judith E. Dwijanti
Fakultas Psikologi, Universitas Surabaya

Abstract. In this globalization era, personalities expressed through physical appearance or interpersonal relationship is well-valued in the business world. Professionals feel it's worth obtaining it through seminars or personality development schools (PDS). On the other hand, participants of such schools consist of not only career women but non-working housewives as well. This research delves the motives of the working or non-working housewives to participate in a PDS. Through Maslow's motive hierarchies, working or non-working housewives show similarity on the security feeling and self actualization motives. Meanwhile, social and self respect motives show differences among those two groups.

Key words: physical appearance, interpersonal relationship, personality development, career house-wife, non-working house-wifes.

Abstrak. Pada zaman globalisasi, perwujudan kepribadian yang ditunjukkan melalui tampilan fisik maupun tatakrama pergaulan dinilai penting dalam dunia bisnis. Para profesional merasa perlu mendapatkan hal ini melalui seminar maupun sekolah pengembangan pribadi. Di pihak lain, peserta seminar maupun sekolah pengembangan pribadi tidak melulu mereka yang bekerja, ibu rumah tangga juga termasuk di dalamnya. Penelitian ini menggali motif yang mendorong ibu rumah tangga yang bekerja maupun yang tidak bekerja untuk mengikuti sekolah pengembangan pribadi. Melalui tinjauan motif dari Maslow, ibu rumah tangga yang bekerja maupun tidak bekerja menunjukkan kesamaan pada motif memperoleh rasa aman dan motif aktualisasi diri. Sedangkan, motif sosial (memperoleh rasa cinta dan memiliki) dan motif harga diri menunjukkan perbedaan di antara kedua kelompok ibu-ibu tersebut.

Kata kunci: tampilan fisik, hubungan interpersonal, perkembangan kepribadian, ibu rumah tangga berkarier, ibu rumah tangga tak bekerja.

Menurut Brouwer kepribadian adalah corak tingkah laku sosial. Tingkah laku itu sendiri merupakan gerak-gerak badan, sehingga kepribadian menarik sering diidentikkan dengan tingkah laku sosial yang tepat seperti ramah, sopan, simpatik, penuh pengertian. Tidaklah heran seminar maupun sekolah pengembangan pribadi—yang sering dianggap sebagai sarana membangun kepribadian secara *instant*—dirasa oleh para profesional sebagai sarana yang dapat memperbaiki dan meningkatkan tampilan.

Pada kenyataannya, peminat sekolah pengembangan pribadi bukan hanya berasal dari kalangan profesional atau wanita bekerja, namun juga ibu-ibu rumah tangga yang tidak bekerja. Ibu-ibu rumah tangga yang mengikuti sekolah pengembangan pribadi, dapat diartikan sedang melakukan pembelian, dalam hal ini yang dibeli adalah jasa. Konsumen membeli barang dan jasa adalah untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Barang dan jasa itu sendiri menurut Kotler sebenarnya tidaklah