

ANALISIS POTENSI DIRI

DOSEN PENGAMPU
DR. IR. MUSYAWAROH, MT
PRODI ARSITEKTUR FT. UNS

Jendela Johari

Pengertian

Jendela Johari

Sebuah teknik yang digunakan untuk membantu orang lebih memahami hubungan dengan diri dan orang lain yang lebih baik. Teknik ini digunakan umumnya pada kelompok self-help dan bagi perusahaan sebagai sebuah latihan heuristik.

Terminologi kata Jendela Johari mengarah pada-personel/dari pribadi dan orang lain. Personal untuk diri individu itu sendiri, sebagai subjek manusia dalam analisa Jendela joharu. Selanjutnya, orang lain berarti objek lain dari kelompok pribadi. Jendela Johari juga berhubungan dengan teori intelegen emisional, emotional Intelligence theory (EQ), dan kesadaran individu serta peningkatan EQ.

Filsuf Charles Handy menyebut konsep Johari sebagai Rumah dengan empat kamar.

- Kamar 1 adalah diri kita sendiri yang kita lihat dan yang lain lihat.
- Kamar 2 adalah aspek yang orang lain lihat tetapi kita tidak sadari.
- Kamar 3 adalah ruang pribadi kita, yang kita ketahui tetapi kita jaga dari orang lain.
- Kamar 4 adalah kamar yang paling misterius secara sadar atau tidak dari kita dilihat oleh orang lain ataupun kita sendiri.

Sejarah Jendela Johari

- Jendela Johari dikembangkan atau dipelopori oleh dua orang psikolog Amerika, Joseph Luft dan Harrington Ingham pada tahun 1955. Nama "Johari" sendiri sebenarnya diambil dari potongan masing-masing nama mereka. "Jo" untuk Luft, dan "Harri" untuk Ingham.
- Mereka berdua menciptakan teori johari ini ketika meneliti untuk program proses dari kelompok mereka. Dalam selang waktu yang tak lama, Jendela Johari banyak dimanfaatkan sebagai pengertian dan latihan kesadaran diri, peningkatan personal & komunikasi. Hubungan inter-personal, kelompok-kelompok dinamis, dan peningkatan tim dan hubungan inter-grup.



Joseph Luft



Harry Ingham

PENGENALAN DIRI

Pengenalan diri merupakan salah satu cara untuk membentuk konsep diri. Konsep diri (Grinder, 1978) merupakan sebuah persepsi seseorang terhadap dirinya sendiri, baik itu secara fisik, psikis, sosial maupun moral. Bentuk persepsi tersebut meliputi tentang apa-apa saja yang dicita-citakan maupun keadaan sesungguhnya.

Untuk mencapai suatu tahap yakni kesadaran diri, orang cenderung membutuhkan pengalaman dan adanya sebuah interaksi sosial, dengan mengemukakan pikiran, perasaan dan ide kepada orang lain, diharapkan nantinya orang lain akan memberi feedback (umpan balik) sebagai salah satu bentuk cara untuk mengenal lebih jauh tentang diri kita sendiri.

teori Johari Window

Joseph Luft dan Harry Ingham mengemukakan teori *self disclosure* yang didasarkan pada model interaksi manusia. Asumsi ini menciptakan suatu model sebagai salah satu cara untuk melihat dinamika *self-awareness* yang berkaitan dengan perilaku, perasaan, dan motif manusia. Teori yang disebut dengan **Johari Window**.

“Jendela” tersebut terdiri dari matrik 4 sel, masing-masing sel menunjukkan daerah self (diri). Keempat sel tersebut adalah daerah publik, daerah buta, daerah tersembunyi, dan daerah yang tidak disadari.

	TAHU TTG DIRI	TIDAK TAHU TTG DIRI
DIKETAHUI ORG LAIN	Daerah Publik (Publik Area) A	Daerah Buta (Publik Area) B
TIDAK DIKETAHUI ORG LAIN	Daerah Tersembunyi (Hidden Area) C	Daerah yg Tdk Disadari (Unconscious Area) D

Open area- A

Daerah ini berisikan semua informasi, perilaku, sikap, perasaan, keinginan, motivasi, gagasan, dan sebagainya yang diketahui oleh diri sendiri dan orang lain.

Blind area-B

Daerah ini merujuk kepada perilaku, perasaan, dan motivasi yang diketahui oleh orang lain, tetapi tidak diketahui oleh diri sendiri.

	TAHU TTG DIRI	TIDAK TAHU TTG DIRI
DIKETAHUI ORG LAIN	Daerah Publik (Publik Area) A	Daerah Buta (Publik Area) B
TIDAK DIKETAHUI ORG LAIN	Daerah Tersembunyi (Hidden Area) C	Daerah yg Tdk Disadari (Unconscious Area) D

Unknown area- D

Daerah ini merupakan bagian yang merujuk kepada perilaku, perasaan, dan motivasi yang tidak diketahui, baik oleh diri kita sendiri ataupun oleh orang lain. Ini adalah informasi yang tenggelam di alam bawah sadar atau sesuatu yang luput dari perhatian.

Hidden area- C

daerah ini merujuk kepada perilaku, perasaan, dan motivasi yang diketahui oleh diri kita sendiri, tetapi tidak diketahui oleh orang lain. Biasanya hal -hal yang disimpan di kuadran ini bersifat sangat pribadi atau rahasia yang disembunyikan kepada orang lain (+) *self-disclosure*, *proses menerima umpan balik (feedback)*

Sumber : digilib.unnes.ac.id

Contoh

OPEN AREA

X mengetahui nama Z dan demikian sebaliknya. Dan jika mereka menelusuri ke webside pribadi masing-masing diri, maka mereka akan saling mengetahui apa yang menjadi kesukaan/ketertarikan masing-masing. *Open Area* bisa juga mencakup tidak hanya informasi faktual, tetapi juga bagaimana perasaan, motivasi, perilaku, keinginan, kebutuhan, dan lain-lain. Dari si X ataupun Z, pokoknya informasi-informasi yang bisa mewakili diri individu. Ketika kita bertemu dengan orang-orang baru, ukuran *open area* tidak terlalu luas. Sejak setelah ada waktu tersisihkan untuk saling bertukar informasi, lain halnya ketika proses mendalami seseorang, Jendela (shades) akan bergerak ke bawah atau ke kanan, menempatkan lebih banyak informasi ke dalam Jendela Terbuka

BLIND AREA

Ketika X makan malam di restoran dengan Z, lalu ketika telah menempel sesuatu entah itu remah makan atau apa, di wajah X, maka X tidak akan tahu, sedangkan Z sangat leluasa untuk segera mengetahui ada sesuatu menempel di wajah X. Pada saat Z mengatakan ada sesuatu di wajah X, maka jendela akan mengarah ke kanan, memperluas daerah "diri terbuka".

HIDDEN AREA

Dalam webside pribadi, X tidak pernah menyebutkan apa salah satu rasa favorit eskrim yang paling disukainya, informasi tersebut merupakan area tersembunyi X, namun ketika X membuka rahasianya dengan mengatakan bahwa coklat adalah eskrim kesukaannya, maka X mendorong areanya ke bawah sehingga sedikit memperluas "diri terbuka".

Proses *self disclosure* dan meminta umpan balik (feedback) dalam model Jendela Johari ini dapat dilakukan ketika berinteraksi dengan orang lain sebagai jalan untuk membuka cakrawala tentang diri. Dan dalam terjadinya interaksi tersebut, terdapat beberapa factor yang membentuk kualitas tercapainya *self disclosure* yaitu :

Faktor Pengaruh

Efek Diadik - (timbang balik)

Kasus: kecenderungan seseorang untuk berharap sesuai apa yang telah ia perbuat- mendapat balasan yang sama-sebanding.

Ukuran Khalayak - (jumlah pelaku)

Kasus: kemudahan dalam mengontrol dan menerima umpan balik dari lawan komunikasi.

Valensi - (kemampuan bersikap)

Kasus: Individu dapat mengungkapkan diri dengan baik dan menyenangkan (positif), atau sebaliknya

Jenis Kelamin

Kasus : Wanita cenderung lebih terbuka dibandingkan dengan pria.

Mitra dalam Hubungan

Kasus : kecenderungan kepercayaan pada orang-orang terdekat

Kepribadian

Kasus : Individu ekstrovert dengan introvert

Proses *self disclosure* sendiri memiliki fungsi terkait penggunaannya selain untuk meningkatkan komunikasi (Derlega dan Grzelak), yakni :

Ekspresi (expression)



Kecenderungan pengungkapan diri terhadap permasalahan yang dihadapi

**Penjernihan diri
(self-clarification)**



Kecenderungan dapat memperoleh penjelasan dan pemahaman orang lain akan masalah yang dihadapi sehingga pikiran akan menjadi lebih jernih dan dapat melihat pemecahan persoalan dengan lebih baik.

Kendali sosial (social control)



Mengadakan kontrol sosial, misalnya orang cenderung mengatakan sesuatu yang dapat menimbulkan kesan baik tentang dirinya.

**Perkembangan hubungan
(relationship development)**



Saling berbagi rasa dan informasi semakin meningkatkan derajat keakraban

Keabsahan sosial



Dengan mengamati bagaimana reaksi pendengar sewaktu kita sedang mengungkapkan diri, kita memperoleh informasi tentang ketepatan pandangan kita

Tes Jendela Johari dilakukan dengan memberi daftar 55 kata sifat, antara lain : able, accepting, adaptable, bold, brave, calm, caring, cheerful, clever, complex, confident, dependable, dignified, energetic, extroverted, friendly, giving, happy, helpful, idealistic, independent, ingenious, intelligent, introverted, kind, knowledgeable, logical, loving, mature, modest, nervous, observant, organized, patient, powerful, proud, quiet, reflective, relaxed, religious, responsive, searching, self-assertive, self-conscious, sensible, sentimental, shy, silly, spontaneous, sympathetic, tense, trustworthy, warm, wise, dan witty

Terdapat 2 tahap dalam pengisian jendela Johari, antara lain :

1. Tahap pengungkapan diri (*self- disclosure*)
2. Tahap menerima umpan balik

1. Tahap Pengungkapan Diri

Pengungkapan diri didefinisikan sebagai aktivitas yang mengungkapkan bagaimana anda sedang bereaksi pada suatu situasi yang terjadi pada saat itu dan memberikan informasi mengenai pengalaman masa lalu yang masih relevan untuk memahami reaksi yang terjadi pada saat itu. Reaksi-reaksi pada orang atau peristiwa tidak sebanyak/sedalam fakta yang dirasakan. Menjadi orang yang mengungkapkan diri berarti membagi pada orang lain bagaimana merasakan peristiwa yang baru saja terjadi, dan *bukan mengungkapkan secara detil pengalaman hidup di masa lalu* (Johnson, 1993).

Oleh karena pengungkapan diri merupakan perilaku mengungkapkan diri secara jujur, *keberanian mengambil resiko* membuka topeng merupakan salah satu prasyarat yang harus dimiliki. Seringkali orang merasa kurang aman untuk mengungkapkan dirinya dan lebih senang berlindung dibalik topeng.

Kegunaan :

- Tahap pengungkapan diri berguna untuk mengetahui daerah Hidden Area
- Tahap ini digunakan untuk menilai dirinya sendiri, yang dipilih dari daftar 55 kata sifat

2. Tahap Umpan Balik

Umpan balik dikatakan oleh Johnson (1993) ditujukan untuk membuktikan informasi yang konstruktif dalam rangka membantu seseorang untuk menjadi sadar bagaimana perilaku seseorang dapat mempengaruhi orang lain. Dengan demikian, umpan balik tersebut akan membantu seseorang untuk mengubah perilaku sehingga orang menjadi lebih produktif.

Pada dasarnya, orang menyukai seseorang yang senang memberikan umpan balik, sebaliknya umpan balik hanya dapat diberikan ketika seseorang sudah dapat mengungkapkan dirinya. Ketika orang belum merasa siap diberikan umpan balik, umpan balik justru menjadi bumerang. Artinya, orang yang diberikan masukan akan merasa ditelanjangi, digurui, diremehkan, ataupun merasa tidak dihargai.

Kegunaan :

Tahap umpan balik berguna untuk mengetahui daerah Blind Area

Tahap ini digunakan untuk meminta pendapat dari orang lain untuk menilai dirinya, yang dipilih dari daftar 55 kata sifat

Saat kedua tahap sudah dilakukan, akhirnya akan diketahui daerah Public Area, sebagai daerah kepribadian yang diketahui oleh dirinya sendiri dan orang lain, dari daftar 55 kata sifat yang ada.

Dan sisa dari daftar 55 kata sifat yang tidak dipilih, merupakan daerah Unconscious Area. Sebagai daerah yang menunjukkan kepribadian yang bukan miliknya.

ANALISIS S W O T

PENGERTIAN

SWOT adalah sebuah singkatan dari Strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (kesempatan) dan Threat (ancaman).

Analisis SWOT bermanfaat untuk membantu dalam mengidentifikasi hal-hal positif dan negative yang berada di internal suatu organisasi/perusahaan (Strength dan Weakness), dan hal-hal positif dan negative yang berasal dari eksternal suatu organisasi/perusahaan (Opportunity dan Threat).

Mengembangkan kewaspadaan terhadap situasi suatu organisasi/perusahaan dalam membangun suatu strategi perencanaan dan pengambilan keputusan.

MANFAAT ANALISIS SWOT

Metode analisis SWOT merupakan alat yang tepat untuk menemukan masalah dari 4 (empat) sisi yang berbeda, di mana aplikasinya adalah:

1. Bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan dari sebuah peluang (*opportunities*) yang ada.
2. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan.
3. bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada.
4. Bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Dengan saling berhubungannya 4 faktor tersebut, maka membuat analisis ini memberikan kemudahan untuk mewujudkan visi dan misi suatu perusahaan.

MANFAAT SWOT BAGI PERANCANGAN USAHA

Analisis SWOT membantu dalam merencanakan strategi dengan cara-cara berikut:

- Membantu dalam memberikan informasi tentang perencanaan strategi organisasi/perusahaan,
- Membangun kekuatan suatu organisasi/perusahaan,
- Mengatasi kelemahan-kelemahan organisasi/perusahaan,
- Memaksimalkan respon dari kesempatan-kesempatan yang ada,
- Mengantisipasi ancaman-ancaman dari luar organisasi/perusahaan,
- Membantu mengidentifikasi inti-inti dari kompetensi suatu organisasi/perusahaan,

SWOT Factors	Positive	Negative
Internal	Strengths	Weaknesses
External	Opportunities	Threats

FAKTOR EKSTERNAL

Ini merupakan faktor dari luar entitas, di mana faktor ini tidak secara langsung terlibat pada apa yang sedang diteliti dan terdiri dari 2 poin yaitu ancaman dan peluang. Adanya peluang serta ancaman ini tentu saja akan memberikan data yang harus dimasukkan dalam jurnal penelitian sehingga menghasilkan strategi untuk menghadapinya.

Beberapa poin yang termasuk pada faktor eksternal ialah:

- Tren
- Budaya, sosial politik, ideologi, perekonomian
- Sumber-sumber permodalan
- Peraturan pemerintah
- Perkembangan teknologi
- Peristiwa-peristiwa yang terjadi
- Lingkungan

FAKTOR INTERNAL

Bermanfaat utk mengidentifikasi keunggulan, kemampuan bersaing, ketajaman strategi dan pengelolaan sumber daya untuk menjamin kelangsungan usaha.

Contoh factor internal :

- Tenaga kerja
- Peralatan yg tersedia
- Permodalan
- Lokasi
- Dll.

Ada empat tips dalam menyusun analisis SWOT dalam bisnis yaitu:

1. Pahami dengan baik usaha yang ingin didirikan
2. Setiap analisa harus dibuat secara detail agar dapat dimanfaatkan sebagai bahan rekomendasi
3. Tanyakan kepada orang yang lebih ahli ketika mengalami kesulitan
4. Deskripsikan setiap poin dengan jujur

Langkah-Langkah Menyusun Strategi Bisnis berdasarkan Analisis Swot

1. Menentukan target utama usaha anda
2. Deskripsikan kondisi internal perusahaan dengan analisis SWOT
3. Deskripsikan keadaan eksternal perusahaan anda
4. Menyusun strategi berdasarkan permasalahan yang muncul dan memaksimalkan kekuatan untuk meraup keuntungan dari kesempatan

SWOT Gojek (CONTOH)

Kekuatan

1. Perintis ojek online di Indonesia
2. Driver lebih banyak dibandingkan ojek online lain
3. Startup lokal yang besar
4. Brand recognition tinggi dan mudah dipahami
5. Tersedia berbagai pilihan layanan dibanding startup lain
6. Go-food semakin populer, bisa menjadi sumber pendapatan utama di masa depan
7. Brand Gojek sudah melekat di masyarakat

Kelemahan

1. Membutuhkan modal yang sangat besar
2. Pengelolaan keuangan kurang baik
3. Beberapa kota belum tersedia Gojek
4. Oknum driver sesekali merusak nama baik
5. Costume service call sulit dijangkau dan kurang informasi



Opportunities (peluang)

1. Delivery makanan sangat populer
2. Sistem pengiriman barang disukai masyarakat

Threats (ancaman)

1. Peraturan Pemerintah sesekali merugikan perusahaan
2. Munculnya kompetitor baru

Membuat strategi

1. Meningkatkan bidang customer service
2. Meningkatkan desain aplikasi, terutama metode pemesanan
3. Meningkatkan layanan Go-food
4. Menambah sistem pembayaran dengan kartu kredit
5. Adanya pemerataan di setiap daerah layanan
6. Fokus pada perbaikan morning commute karena angka pemesanan tinggi
7. Ada tim khusus untuk mengurus customer korporasi
8. Bekerja sama dengan penjual agar menawarkan harga spesial bagi pelanggan Go-food
9. Peningkatan layanan Go-send
10. Menambah layanan di berbagai kota agar dekat dengan masyarakat

Referensi

- <https://www.jurnal.id/id/blog/2017/manfaat-faktor-yang-memengaruhi-dan-contoh-analisis-swot>
- <https://thegorbalsla.com/contoh-analisis-swot/>
- <https://karinov.co.id/contoh-analisis-swot-perusahaan/>
- Buletin Psikologi, Tahun III, Nomor 2, Desember 1995
- Devito, J.A. 1989. Komunikasi Antar Manusia, Edisi V Terjemahan Maulana, A, Jakarta : Profesional Books, 1997, 62.
- digilib.unnes.ac.id diakses pada tanggal 8 Oktober 2018
- <https://www.psychologymania.com/2013/04/teori-johari-window.html> diakses pada tanggal 10 Oktober 2018
- <https://id.wikipedia.org> diakses pada tanggal 10 Oktober 2018