

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu yang Sejenis

Tinjauan penelitian terdahulu yang menjadi rujukan rujukan mengenai dengan informasi penelitian. Penelitian terdahulu ini berupa hasil penelitian yang sudah dilakukan, penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan referensi adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1

Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu yang Sejenis

NAMA	Mila Yustiantika N	Budie Ratmawan	Agustinus Tito Bagus Prasetyo
TAHUN	2017	2017	2014
PERGURUAN TINGGI	UNIKOM	UNIKOM	UNIVERSITAS PADJAJARAN
JUDUL	Presentasi Diri Vokalis Band Kota (Studi Dramaturgi Mengenai Presentasi Diri Seorang Tantri Kotak)	Presentasi Diri Perilaku Anggota Studiklub Teater Bandung (Studi Dramaturgi Perilaku Anggota Dalam Studiklub Teater Bandung di Wilayah Bandung)	Presentasi Diri Anggota Organisasi Suara Kita

METODE	Metode Dramaturgi Pendekatan Kualitatif	Metode Dramaturgi Pendekatan Kualitatif	Metode Dramaturgi Pendekatan Kualitatif
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui presentasi diri seorang Tantri Kotak di Kehiduannya dengan melihat dari Front Stage dan Back Stage yang ia miliki	Untuk mendeskripsikan perilaku anggota Studiklub Teater Bandung melalui proses pembentukan perilaku dalam panggung depan (front stage) maupun panggung belakang (back Stage)	Untuk Mengetahui Panggung Depan dan Panggung Belakang Serta Presentasi Diri Anggota Organisasi Suara Kita
PERBEDAAN	Penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang terdahulu ialah objek penelitian. Objek penelitian yang dilakukan peneliti adalah Vokalis Band Kotak.	Penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang terdahulu ialah jenis survei yang dilakukan adalah deskriptif, objek penelitian dan tujuannya yaitu Anngota dalam Studiklub Teater Bandung dan tujuan mendeskripsikan perilaku melalui proses pembentukan perilaku	Penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang terdahulu ialah objek penelitian yaitu anggota organisasi Suara Kita

Sumber : Peneliti, 2019

2.1.2 Tinjauan tentang Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang tidak bisa dilepaskan dari hidup manusia, karena komunikasi merupakan jalur penting yang menghubungkan kita di dunia, sarana kita menampilkan kesan, mengekspresikan diri, mempengaruhi orang lain dan lain-lain, maka melalui komunikasi lah kita membangun hubungan dengan

beragam jenisnya, dengan begitulah komunikasi sangatlah mendasar bagi kehidupan kita.

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin, *communic*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi (Stuart, 1983). Dalam hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (verb) dalam bahasa Inggris, *communicate*, berarti: (1) untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan, dan informasi; (2) untuk membuat tahu; (3) untuk membuat sama; dan (4) untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik. Sedangkan dalam kata benda (noun), *communication*, berarti: (1) pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi; (2) proses pertukaran di antara individu-individu melalui sistem simbol-simbol yang sama; (3) seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan, dan (4) ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi. (Stuart, 1983 dalam Vardiansyah, 2004:3)

Carl I Hovland salah satu pelopor Ilmu Komunikasi yang dikutip oleh Rismawaty, Desayu Eka Surya, dan Sangra Juliano dalam Buku Pengantar Ilmu Komunikasi membuat definisi komunikasi : “Komunikasi adalah

suatu proses dimana seseorang menyampaikan stimulus dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya” (Rismawaty, Desayu Eka Surya, Sangra Juliano, 2014:67)

Sedangkan menurut Gerald A. Miller yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy menerangkan bahwa:

“In the main communication has as its central interest those behavioral situations in which source transmit in message to a receiver (s) with conscious intent to a fact the late’s behaviour”. (Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi keperilakuan sebagai minat sentral, dimana seorang sebagai sumber menyampaikan sesuatu kesan kepada seorang atau sejumlah penerima yang secara sadar yang bertujuan mempengaruhi perilakunya). (Miller dalam Effendy, 2002:49)

Dari dua pendapat ahli diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya Komunikasi adalah proses dimana seseorang menyampaikan stimulus biasanya dalam bentuk kata kata dan juga kesan kepada seorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya.

Jadi setidaknya ketika seseorang berkomunikasi harus dipastikan bahwa pesan atau persepsi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan memiliki persepsi yang sama, sehingga menimbulkan pemahaman yang sejalan dan komunikasipun menjadi efektif. Bila komunikan memahami suatu pesan yang disampaikan, maka komunikan tersebut harus diarahkan kemudian di dorong untuk melakukan sesuatu kegiatan. Penjelasan ini cukup jelas, bahwa pada dasarnya komunikasi itu

sendiri adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator ke komunikan untuk memberi tahu ataupun merubah sikapnya, baik secara langsung maupun melalui media komunikasi.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Secara umum banyak ilmuwan sepakat bahwa komunikasi itu merupakan sebuah proses penyampaian pesan dalam bentuk ide, gagasan, pikiran, emosi, perilaku, dan sebagainya. dalam proses komunikasi terdapat empat kemungkinan jenis pesan (1) Verbal disengaja; (2) Verbal tidak disengaja; (3) Non Verbal disengaja; (4) Non Verbal tidak disengaja. Pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Pesan verbal tidak disengaja adalah sesuatu yang dikatakan tanpa bermaksud mengatakannya. perbedaan antara pesan non verbal disengaja dan tidak disengaja adalah dalam aspek keinginan.

Onong Uchjana Efendi (2001:11) membagi proses komunikasi dalam dua sisi, yaitu proses komunikasi secara primer dan sekunder. Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Sementara itu, proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain menggunakan alat dan sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media

pertama. Proses komunikasi terdiri dari penyebar pesan, pesan, dan penerima pesan.

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Onong Uhcjana Effendy (2006:8) mengemukakan bahwa fungsi komunikasi sebagai berikut :

1. Menginformasikan (*to inform*), yaitu memberikan informasi kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik (*to educated*), yakni komunikasi merupakan sebuah sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide dan pemikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.
3. Menghibur (*to entertaint*), yakni komunikasi selain berguna untuk menyampaikan pesan, pendidikan, dan mempengaruhi, komunikasi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain
4. Mempengaruhi (*to influence*), yaitu dengan fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha untuk saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha

untuk mengubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai yang diharapkan

Fungsi Komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, dapat dijelaskan seperti berikut :

1. Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikator itu penting untuk membangun konsep-diri kita, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, anatar lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain (Mulyana, 2010 : 5).

2. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita” (Mulyana, 2010:21).

3. Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering juga bersifat ekspresif, menyatakan perasaan terdalam seseorang. Kegiatan ritual memungkinkan para pesertanya berbagi komitmen emosional dan menjadi perekat bagi kepaduan mereka, juga sebagai pengabdian kepada kelompok. Bukanlah substansi kegiatan ritual itu sendiri

yang terpenting, melainkan perasaan senasib sepenanggungan yang menyertainya, perasaan bahwa kita terikat oleh sesuatu yang lebih besar daripada diri kita sendiri, yang bersifat abadi, dan bahwa kita diakui dan diterima dalam kelompok kita (Mulyana, 2010 : 25).

4. Komunikasi Instrumental

Mempunyai beberapa tujuan umum : menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang (Mulyana, 2010 : 30).

2.1.2.4 Unsur-unsur Komunikasi

Paradigma Harold D. Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan sebagai berikut ”*Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect?*” yaitu :

1. Komunikator.

“Komunikator adalah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada khalayak karena itu komunikator biasa di sebut pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*.” (Cangara,2005:81)

2. Pesan.

“Pesan (*massage*) dalam komunikasi tidak lepas dari simbol dan kode, karena pesan yang di kirim oleh komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode baik secara verbal maupun non verbal.” (Cangara,2005:93)

3. Media.

“Media adalah alat atau sarana yang di gunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.” (Cangara,2005:119)

4. Komunikan.

“Komunikan biasa di sebut dengan penerima, sasaran, pembaca, pendengar, penonton, pemirsa, *decoder*, atau khalayak. Komunikan dalam studi komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat.” (Cangara,2005:135)

5. Efek.

“Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan di lakukan sebelum dan sesudah menerima pesan.” (Cangara,2005:147)

2.1.2.5 Bentuk-bentuk Komunikasi

Bentuk-bentuk komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, diantaranya :

1. Komunikasi Intrapribadi (*Intapersonal Communication*)

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Contohnya berpikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin ilmu komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan dirisendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri (Mulyana, 2010 :80).

2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal

maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi (Mulyana, 2010:81).

3. Komunikasi Kelompok (*group communication*)

Kelompok merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu dengan yang lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu dengan lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut (Mulyana, 2010:82).

4. Komunikasi Publik (*public communication*)

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok,

karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk (Mulyana, 2010:82).

5. Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*)

Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni : komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horisontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gossip (Mulyana, 2010:83).

6. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah

besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik) (Mulyana, 2010:83).

2.1.2.6 Konseptualisasi Komunikasi

Menurut John R. Wenburg dan Wiliam W. Wilmot juga Keneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, Konseptualisasi komunikasi dibagi menjadi tiga pandangan pemahaman sebagaimana dikutip oleh Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar diantaranya :

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah

Suatu pemahaman populer mengenai komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang kepada seseorang lainnya, baik secara langsung (tatap muka) maupun melalui media. Misalnya, seseorang itu mempunyai informasi mengenai suatu masalah, lalu ia menyampaikan kepada orang lain, orang lain mendengarkan, dan mungkin berperilaku sebagai hasil mendengarkan pesan tersebut, lalu dianggap komunikasi sudah terjadi. Jadi komunikasi dianggap suatu proses linier yang dimulai dengan sumber atau pengirim dan berakhir pada

penerima, sasaran atau tujuannya. Pemahaman komunikasi sebagai proses satu arah boleh di aplikasikan pada komunikasi tidak langsung, seperti pada pidato yang tidak melibatkan banyak Tanya jawab dan komunikasi massa (cetak dan elektronik). (Mulyana, 2010 :67).

2. Komunikasi sebagai interaksi

Pandangan komunikasi sebagai interaksi menyetarakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan, baik verbal maupun non verbal, seseorang penerima bereaksi dengan member jawaban verbal atau menganggukan kepala, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respon atau umpan balik dari orang kedua, dan begitu seterusnya. Pokoknya masing-masing dari kedua pihak berfungsi secara berbeda, bila yang satu sebagai pengirim, maka tang satunya lagi sebagai penerima. Begitu pula sebaliknya. Komunikasi sebagai interaksi dipandang sedikit lebih dinamis dari pada komunikasi sebagai tindakan satu arah.

Namun pandangan kedua ini masih membedakan para peserta sebagai pengirim dan pemnerima pesan, karena itu masih tetap berorientasi sumber, meskipun kedua peran tersebut dianggap bergantian. Jadi, pada dasarnya proses interaksi yang

berlangsung juga masih bersifat mekanis dan statis. Salah satu unsur yang dapat ditambahkan dalam konseptualisasi kedua ini adalah umpan balik, yakni apa yang disampaikan penerima pesan kepada sumber pesan, yang sekaligus digunakan sumber pesan sebagai petunjuk mengenai efektivitas pesan yang disampaikan sebelumnya (Mulyana, 2010 : 72).

3. Komunikasi sebagai transaksi

Dalam konteks ini komunikasi adalah proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Kelebihan konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi adalah bahwa komunikasi tersebut tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respon yang bisa diamati, artinya, komunikasi terjadi apakah para pelakunya mengajak atau tidak, dan bahkan walaupun menghasilkan respons yang tidak dapat diamati. Dalam komunikasi transaksional, komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain (Mulyana, 2010 :74).

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang terjadi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang yang lainnya secara langsung, baik melalui verbal maupun nonverbal. Lebih jelas lagi Devito (2011) menerangkan:

“Komunikasi antarpribadi adalah penyampaian pesan oleh seseorang dan penerimaan pesan oleh orang yang lainnya atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.” (Effendy, 2003:30)

Pada hakikatnya komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi antara komunikator dengan komunikan, komunikasi yang seperti ini dianggap sangat efektif dalam hal merubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan. Feedbacknya juga bersifat langsung, komunikator secara langsung mendapatkan respon komunikan saat itu juga. Ketika terjadi komunikasi, komunikator mengetahui dengan pasti apakah komunikasinya ini negatif atau positif, sesuai yang diharapkan atau tidak. Jika ia dapat memberikan kesempatan pada komunikan untuk bertanya seluas luasnya. (Sunarto, 2011:13)

Dedy Mulyana juga mendefinisikan

“komunikasi antar pribadi (interpersonal communication) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya memenangkan reaksi orang lain secara langsung, baik verbal atau non verbal.” (Mulyana, 2002:73)

2.1.3.1 Fungsi Komunikasi Antarpribadi

Dalam Komunikasi antarpribadi mempunyai kemungkinan yang bisa digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan dari proses komunikasi itu sendiri. Dalam komunikasi antarpribadi mempunyai fungsi-fungsi yang dijadikan sebagai proses pencapaian atau perolehan dari tujuan, dan fungsi komunikasi antarpribadi, yaitu:

1. Mendapatkan Informasi

Dalam fungsi informatif salah satu alasan kita terlibat dalam komunikasi interpersonal adalah agar kita mendapatkan informasi tentang orang yang lain. Dalam teori social penetration oleh Altman dan Taylor mengatakan proses orang saling mengenal satu dengan lainnya bilamana harus melakukan “self disclosure” atau pengungkapan diri, dimana hubungan merupakan mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain dan sebaliknya.

2. Membangun Pemahaman Konteks

Dalam komunikasi interpersonal untuk membantu lebih memahami apa seorang mengatakan dalam konteks tertentu. Kata kata yang dicapkan dapat berarti berbagai hal yang sangat bergantung pada bagaimana mereka mengatakan atau dalam konteks apa. Isi pesan merujuk ke permukaan tingkat makna dari pesan dan hubungan pesan

dilihat bagaimana pesan dikatakan. Keduanya akan dikirim secara bersamaan tapi masing masing mempengaruhi arti yang ditugaskan untuk komunikasi.

3. Fungsi Membangun Identitas

Membangun identitas adalah tujuan dari komunikasi interpersonal. Peran kita bermain dalam hubungan kita membantu kita membangun identitas

4. Fungsi Kebutuhan Interpersonal

Dalam komunikasi interpersonal karena kita perlu untuk mengekspresikan dan menerima kebutuhan interpersonal. William Schutz telah mengidentifikasi tiga kebutuhan, yaitu :

- a. Inklusi adalah kebutuhan untuk membangun identitas dengan orang lain
- b. Kontrol adalah kebutuhan untuk latihan kepemimpinan dan membuktikan kemampuan seseorang
- c. Kasih sayang adalah kebutuhan untuk membangun hubungan dengan orang

2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Pada dasarnya komunikasi pribadi memiliki bermacam-macam tujuan. menurut Suranto AW komunikasi interpersonal merupakan suatu

action oriented, ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu.

berikut ini:

- a. Mengungkapkan perhatian pada orang lain
- b. Menemukan diri sendiri
- c. Menemukan dunia luar
- d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis
- e. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku
- f. Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu
- g. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi
- h. Memberikan bantuan (konseling). (Suranto, 2011:19)

2.1.4 Proses Pengelolaan Kesan (*Impression Management*)

Pengelolaan kesan (*impression management*) ditemukan dan dikembangkan oleh Erving Goffman di tahun 1959 dan telah di bahas dalam bukunya yang fenomenal dengan judul "*The Presentation of Self in Everyday Life*". Pengelolaan kesan juga secara umum dapat diartikan dengan sebuah teknik presentasi diri yang disarkan pada suatu tindakan mengontrol persepsi orang lain dengan cepat dan mengungkapkan sebuah aspek yang bisa menghadirkan keuntungan diri sendiri atau tim.

Kita telah membicarakan bagaimana kecermatan persepsi interpersonal dimudahkan oleh petunjuk-petunjuk verbal dan nonverbal, dan dipersulit oleh faktor-faktor personal pada penanggap. Kesulitan persepsi juga timbul karena persona stimuli berusaha menampilkan petunjuk-petunjuk tertentu untuk menimbulkan kesan tertentu pada diri penanggap. Erving Goffman menyebut proses ini pengelolaan kesan (*impression management*). (Drs. Jalaluddin Rakhmat, 2011:94).

Kita sudah mengetahui orang lain menilai kita berdasarkan petunjuk-petunjuk yang kita berikan; dan dari penilaian itu mereka memperlakukan kita. Bila mereka menilai kita berstatus rendah, kita tidak mendapatkan pelayanan istimewa. Bila kita dianggap bodoh, mereka akan mengatur kita. Untuk itu, kita secara sengaja menampilkan diri kita (self presentation) seperti yang kita kehendaki.

Peralatan lengkap yang kita gunakan untuk menampilkan diri ini disebut front. Front terdiri atas panggung (setting), penampilan (appearance) dan gaya bertingkah laku (manner). Panggung adalah rangkaian peralatan ruang dan benda yang kita gunakan. Ruang tamu berikut perabotan, hiasan dinding, lampu, karpet, dan lemari, kita atur untuk memberikan kesan bahwa kita bukan petit bourgeois, tetapi betul-betul mewakili kelompok elit. Lihat piano besar dan lemari buku dengan satu set Encyclopedia Britannica. Di situ, kita tempelkan juga gambar kita sedang bersalaman dengan Kepala Negara.

Penampilan berarti menggunakan petunjuk artifaktual. Kita memasang dasi, memakai kemeja Pierre de Cardin, menenteng tas Presiden, dan menyemprotkan minyak wangi dari Guy de La Roche. Mudah-mudahan dengan itu, calon mertua menilai kita sebagai manusia yang sudah mapan (atau "binnen", lah). Atau anda memakai T- shirt bertuliskan Kiss me tenderly!, celana jeans yang ketat dengan sisir nongol dari saku, rambut yang diset seperti Lady Di, dan sepatu tinggi dari Itali.

Anda ingin memberikan kesan bahwa anda gadis masa kini yang tidak perlu diragukan.

Gaya bertingkah laku menunjukkan cara kita berjalan, duduk, berbicara, memandang, dan sebagainya. Pejabat baru yang ingin menumbuhkan kharisma berusaha mengurangi humornya, berbicara teratur dengan tempo yang agak lambat, berjalan tegap, dan memandang orang dengan tajam. Seorang ibu, istri orang kaya baru, yang mencampur bahasa Indonesianya dengan beberapa kata bahasa Belanda (yang diperolehnya pada kursus kilat), mengisap rokok dengan isapan panjang, dan menyimpan paha kirinya di atas paha kanan, seraya mengerak-gerakan telapak kakinya, sedang menggunakan manner untuk memberi kesan tertentu. (Kita tidak tahu kesan apa).

2.1.5 Tinjauan Tentang Presentasi Diri

Menurut Goffman, presentasi diri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada. Presentasi diri merupakan upaya individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Dalam proses produksi identitas tersebut, ada suatu pertimbangan-

pertimbangan yang dilakukan mengenai atribut simbol yang hendak digunakan sesuai dan mampu mendukung identitas yang ditampilkan secara menyeluruh. Menurut Goffman, kebanyakan atribut, milik atau aktivitas manusia digunakan untuk presentasi diri, termasuk busana yang kita kenakan, tempat kita tinggal, rumah yang kita huni berikut cara kita melengkapinya (furniture dan perabotan rumah), cara kita berjalan dan berbicara, pekerjaan yang kita lakukan dan cara kita menghabiskan waktu luang kita (Goffman dalam Mulyana, 2008: 110).

Bagi Goffman, individu tidak sekedar mengambil peran orang lain, melainkan bergantung pada orang lain untuk melengkapkan citra diri tersebut. Kontras dengan diri dari Mead, yang stabil dan sinambung selagi membentuk dan dibentuk masyarakat berdasarkan basis jangka-panjang, diri dari Goffman jelas bersifat temporer dalam arti bahwa diri tersebut berjangka pendek, bermain peran, karena selalu dituntut oleh peran-peran sosial yang berlainan yang interaksinya dengan masyarakat berlangsung dalam episode-episode pendek. Orang lain dalam interaksi itulah yang turut mengisi dan terkadang membentuk gambaran-diri melalui perlakuan mereka terhadap individu. Bagi Goffman, diri bukanlah sesuatu yang dimiliki individu, melainkan yang dipinjamkan orang lain kepadanya. Pandangan Goffman terhadap realitas kehidupan manusia jelas menunjukkan kedekatannya dengan interaksionisme simbolik Mazhab Chicago daripada Mazhab Iowa. Salah satu kesamaannya antara

pendekatan dramaturgis dan Mazhab Chicago adalah kritiknya terhadap asumsi lama bahwa peran menentukan perilaku individu yang berinteraksi. Bagi kedua perspektif itu, peran, seperti juga norma dan jabatan, adalah sekedar kerangka yang memungkinkan interaksi berlangsung.

Lebih jauh lagi, dengan mengelola informasi yang kita berikan kepada orang lain, maka kita akan mengendalikan pemaknaan orang lain terhadap diri kita. Hal itu digunakan untuk memberi tahu kepada orang lain mengenai siapa kita. Ketika individu dihadapkan pada panggung, maka dalam menjalani kehidupannya akan menggunakan simbol-simbol yang relevan untuk memperkuat identitas karakternya, namun ketika individu tersebut telah habis masa pementasannya, maka di belakang panggung akan terlihat tampilan seutuhnya dari individu tersebut.

2.1.6 Tinjauan Tentang Lady Fighter

Dalam sebuah pertandingan bela diri pasti ada yang bertarung di dalamnya, sebutan untuk para petarung di arena bela diri adalah Fighter, fighter sendiri adalah bahasa inggris yang jika di ke indonesiakan mempunyai makna petarung. Lady adalah kata dari bahasa inggris yang mempunyai arti perempuan, jika makna dari lady fighter di jabarkan adalah petarung perempuan.

2.1.7 Tinjauan Tentang One Pride MMA

One Pride MMA atau yang lebih dikenal oleh masyarakat sebagai One Pride Indonesia MMA merupakan sebuah acara spektakuler seni bela diri campuran di Indonesia. Program ini ada karena kerja sama TV One dengan Komite Olahraga Beladiri Indonesia. Program One Pride ini dimulai dari 9 April 2016 dan sudah melewati tiga seris kompetisi sampai sekarang. Beragamnya kompetisi seni bela diri campuran (MMA) di dunia pada pertengahan 2010-an membuat Anindra Ardiansyah Bakrie, CEO dari Tv One, mencetus organisasi Komite Olahraga Beladiri Indonesia tahun 2016, sekaligus mendirikan kompetisi seni bela diri campuran di Indonesia dengan sebutan One Pride MMA. Hadirnya kompetisi ini menjadi titik balik kompetisi MMA di Indonesia setelah berhenti tahun 2005 lalu. Maksud gelaran kompetisi ini adalah menjadi tempat untuk membangun minat dari masyarakat Indonesia pada MMA, serta melahirkan atlet MMA berkualitas yang bisa mengharumkan nama Indonesia. Hadirnya dari kompetisi ini juga diapresiasi oleh Menteri Pemuda dan Olahraga Indonesia Imam Nahrawi. Menurutnya, One Pride dapat menjadi wadah para pemuda untuk bisa tampil dan membuktikan diri tak cuma tangguh di dalam lapangan tapi juga bisa meraih prestasi. (rmol.co diakses pada tanggal Senin, 25 Maret 2019 pukul 15.00 WIB)

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan mencoba menjelaskan pokok masalah penelitian. Kerangka pemikiran adalah alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatar beleakangi penelitian. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan mencoba menjelaskan pokok masalah penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Berdasarkan judul yang telah ditetapkan pada bab sebelumnya yaitu tentang Presentasi Diri Lady Fighter, maka fokus peneletian ini mengerucut pada presentasi diri. Menurut Goffman, presentasi diri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada (Mulyana, 2008:110).

Sehingga untuk menjawab masalah penelitian diatas, maka penelitian ini menggunakan studi dramaturgi.

Dalam konsep dramaturgi, Goffman mengawalinya dengan penafsiran “konsep-diri”, dimana Goffman menggambarkan pengertian diri yang lebih luas daripada Mead (menurut Mead, konsep diri seorang individu bersifat stabil dan sinambung selagi membentuk dan dibentuk masyarakat berdasarkan basis jangka panjang). Sedangkan menurut Goffman, konsep-diri lebih bersifat temporer,

dalam arti bahwa diri bersifat jangka pendek, bermain peran, karena selalu dituntut oleh peran-peran sosial yang berlainan, yang interaksinya dalam masyarakat berlangsung dalam episode-episode pendek (Goffman dalam Mulyana, 2008:110).

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan (*mind mapping*) yang dibuat dalam penelitian untuk mencoba menggambarkan alur pikiran peneliti. Tentunya kerangka pemikiran memiliki esensi tentang pemaparan hukum atau teori yang relevan dengan masalah yang diteliti dan berdasarkan teknik pengutipan yang benar. Dengan kerangka pemikiran, memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk diangkatnya sub fokus penelitian, serta adanya landasan teori sebagai penguat peneliti.

Bertolak dari penjelasan mengenai dramaturgi diatas, maka peneliti mengangkat sub fokus untuk menganalisa presentasi diri pada dua panggung, yaitu panggung depan dan panggung belakang.

1. Panggung Depan dan Panggung Belakang

Dalam perspektif dramaturgis, kehidupan ini ibarat teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan diatas panggung, yang menampilkan peran-peran yang dimainkan para aktor. Untuk memainkan peran sosial tersebut, biasanya sang aktor menggunakan bahasa verbal dan menampilkan perilaku nonverbal tertentu serta

mengenakan atribut-atribut tertentu, misalnya kendaraan, pakaian, dan aksesoris lainnya, yang sesuai dengan perannya dalam situasi tertentu.

Lebih jelas akan dibahas dua panggung pertunjukan dalam kajian Dramaturgi:

a. Panggung Depan (*Front Stage*)

Merupakan suatu panggung yang terdiri dari bagian pertunjukan (*appearance*) atas penampilan dan gaya (*manner*) (Basrowi dan Sudikin, 2002:49-51). Di panggung inilah aktor akan membangun dan menunjukkan sosok ideal dari identitas yang akan ditonjolkan dalam interaksi sosialnya. Pengelolaan kesan yang ditampilkan merupakan gambaran aktor mengenai konsep ideal dirinya yang sekiranya bisa diterima penonton. Aktor akan menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukan mereka.

Menurut Goffman di dalam bukunya Deddy Mulyana yang berjudul *Metode Penelitian Kualitatif* aktor menyembunyikan hal-hal tertentu tersebut dengan alasan:

- a) Aktor ingin menyembunyikan kesalahan yang terjadi saat persiapan pertunjukan, juga langkah-langkah yang diambil untuk memperbaiki kesalahan tersebut. Seperti, seorang supir taksi yang mulai menyadari bahwa dirinya salah

mengambil arah dan akhirnya berusaha untuk menyembunyikan fakta tersebut.

- b) Aktor mungkin hanya perlu menunjukkan hanya produk akhirnya saja dan menyembunyikan proses memproduksinya. Misalnya dosen memerlukan waktu berapa jam untuk memberikan kuliah, namun mereka bertindak seolah olah mereka sudah lama memahami hal tersebut
- c) Aktor mungkin perlu menyembunyikan “kerja kotor” yang dilakukan untuk membuat produk akhir itu dari khalayak. Kerja kotor itu mungkin meliputi tugas yang “secara fisik” kotor, semi legal, kejam dan menghinakan
- d) Dalam melakukan pertunjukan tertentu, aktor mungkin harus mengabaikan standar lain. Akhirnya aktor mungkin perlu menyembunyikan hinaan, pelecehan, atau perundangan yang dibuat sehingga pertunjukan dapat berlangsung (Mulyana, 2008:116)

Melihat dari pembahasan di atas, maka panggung yang dimainkan oleh *lady fighter* ini ada dua, yaitu panggung depan (*front stage*) dimana dalam panggung depan *lady fighter* akan membangun dan memperlihatkan sosok yang ideal dari

identitas yang ingin ia perlihatkan, yaitu seorang lady fighter yang menjadikan pertarungan sebagai profesinya.

b. Panggung Belakang (*Back Stage*)

Panggung belakang adalah ruang privat yang tidak diketahui orang lain, tempat seseorang atau sekelompok orang leluasa menampilkan wajah aslinya (Mulyana Deddy, 2007:58).

Di panggung inilah seorang individu atau aktor menampilkan jati diri aslinya yang “seutuhnya”. Lebih luas lagi, panggung ini menjadi tempat untuk aktor mempersiapkan segala sesuatu atribut pendukung pertunjukan. Baik itu sikap, peran, pakaian, bahasa tubuh, isi pesan, cara bertutur dan gaya bahasa.

Pada panggung belakang inilah yang nanti akan membedakan sesuatu hal dengan panggung depan yang ada:

✓ **Lingkungan Diluar Ring Pertarungan**

Dalam lingkungan ini *lady fighter* memiliki sikap dan kesan yang nampaknya akan berbeda dengan ketika ia berada di suatu pertunjukan pertarungan saat menjadi seseorang peterung .

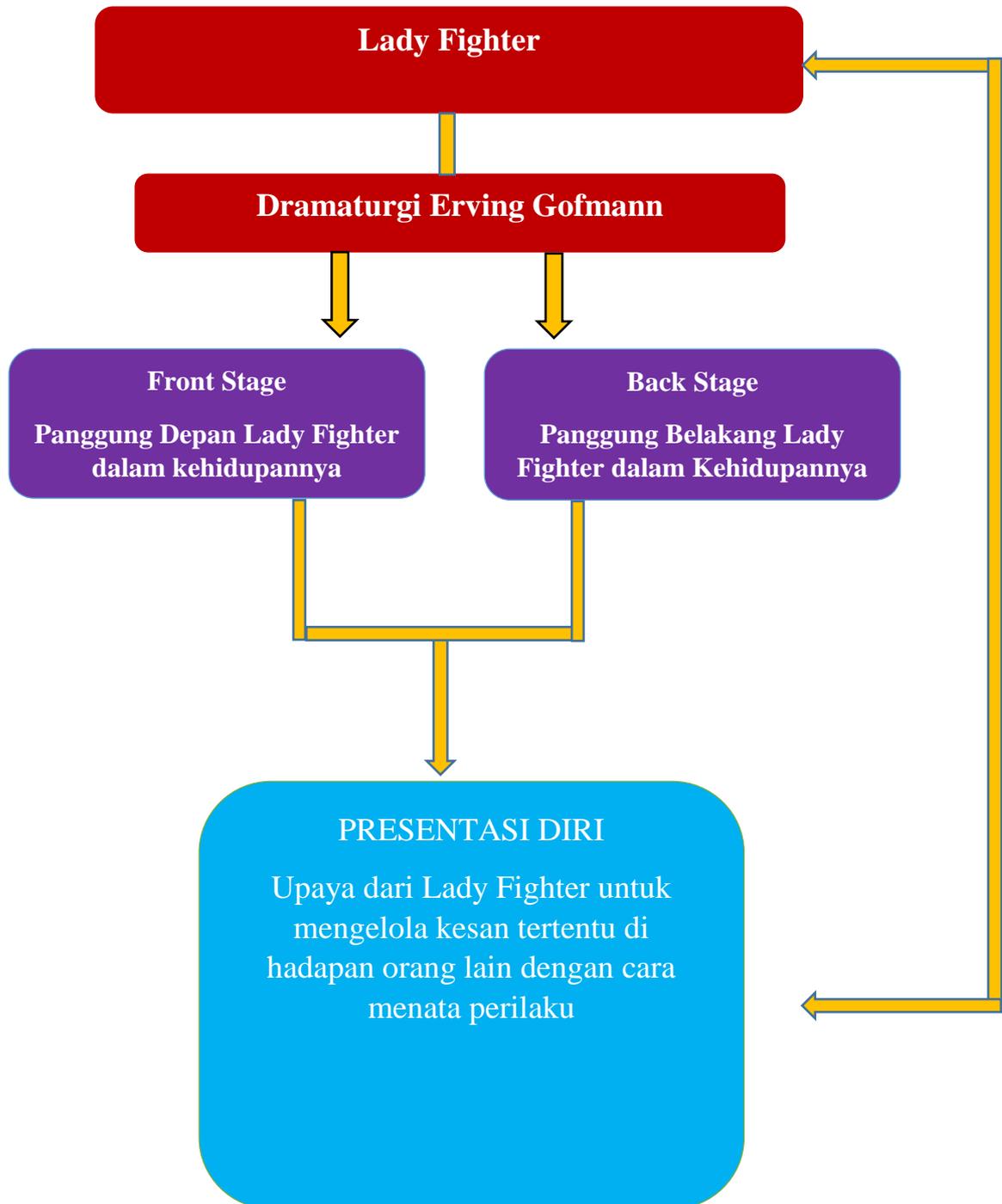
Di panggung inilah aktor atau individu boleh bertindak dengan cara yang berbeda dibandingkan ketika sedang berada di hadapan penonton, sangat jauh dari hadapan khalayak. Disini dapat terlihat perbandingan antara penampilan “palsu” dengan keseluruhan kenyataan yang terdapat pada seorang aktor.

Jadi, lewat kajian mengenai presentasi diri yang dikemukakan oleh Erving Goffman dengan menggunakan aspek front stage dan back stage, upaya untuk menganalisa pengelolaan kesan yang dilakukan dapat dengan baik untuk dikaji dengan perspektif Dramaturgi. Karena mau seperti apapun, tiap manusia pasti akan menggunakan simbol simbol yang tertentu dalam berkomunikasi dan menjalani kehidupannya.

Sedangkan untuk di panggung belakang sendiri, seorang lady fighter akan tampil lebih apa adanya menjadi orang yang biasa saja dengan memiliki talenta lain yang beragam, seperti ia adalah seseorang wanita pada umumnya atau sebagai mahasiswa dan lain lain. Sehingga ketika di analisis dalam dua panggung yang berbeda, maka akan timbulah nilai nilai yang berbeda terhadap individu yang berprofesi sebagai lady fighter.

Gambar 2.1

Alur Pikiran Penelitian



Sumber: Peneliti, 2019