

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Tinjauan penelitian terdahulu bertujuan untuk menjadi referensi dalam menulis penelitian ini, penelitian terdahulu yang dijadikan referensi memiliki keterkaitan pembahasan dalam bidang kajiannya. Pertama, penelitian yang berjudul “Pengelolaan Kesan Vokalis Hardcore Band Jeruji” oleh Dessy Wulansari dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia yang dipublikasikan pada 2014.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis, menguraikan, serta menjelaskan Pengelolaan Kesan yang dilakukan oleh Vokalis Hardcore Band Jeruji. Tujuan dari penelitian ini sendiri yaitu untuk mengetahui panggung depan, panggung tengah, dan panggung belakang dari objek utama penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi dramaturgi yang dalam pembuatannya melibatkan lima orang informan yaitu satu informan kunci dan empat informan pendukung. Informan dipilih dengan teknik purposive sampling. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dokumentasi. Untuk uji validitas menggunakan pengamatan terus-menerus dan triangulasi. Adapun teknik analisis data yang

digunakan adalah reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan evaluasi.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa vokalis hardcore Band Jeruji dapat memainkan peran di setiap panggungnya. Saat berada di panggung depan, mereka mengelola kesan positif bagi para penontonnya. Dia bersikap layaknya vokalis hardcore pada umumnya. Untuk panggung tengah dia mengkomunikasikan presentasi dirinya dengan kerabat penting, istri, dan sesama anggota band. Sedangkan di panggung belakang dia menjadi pribadi yang berbeda dengan yang ada di panggung depan, pengelolaan kesan yang dibentuk pun berbeda. Pengelolaan kesan yang dibentuk berupa simbol-simbol yang meliputi gaya berperilaku, gaya bicara, dan lain-lain.

Kesimpulan Penelitian ini adalah terdapat pengelolaan kesan pada setiap panggung yang diperankan oleh vokalis hardcore Band Jeruji. Pengelolaan kesan tersebut tidak luput dari simbol-simbol yang merupakan gaya berperilaku, gaya bicara, gaya berjalan, dan lain-lain. Saran yang dapat peneliti berikan adalah setiap kita harus menghargai karya musik apapun karena bagaimana pun juga hardcore merupakan jenis aliran musik Indonesia, dan kita tidak boleh memberikan stigma negatif tentang musik hardcore yang orang awam ungkapkan bahwa musik hardcore urakan, sering memicu keributan, bahasa dalam lagu mencerminkan kebrutalan anak bangsa.

Untuk setiap individu yang berkecimpung dalam dunia music hardcoce terkhusus vocalis harus mampu menjaga kondisi saat diatas panggung agar tidak

terjadi keributan dan menjaga pergaulan hidupnya agar tidak mudah terpengaruh pada pergaulan tidak baik.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Helmi Riza Faisal Fatahillah dari program Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia berjudul “*Impression Management* Penyarir Pria Di Station Radio Kota Bandung”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *impression management* di kehidupan *front stage* dan *back stage* pada kehidupan seorang penyiar pria di station radio Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode dramaturgi. Informan penelitian ini berjumlah 6 (enam) orang. Data sendiri diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, studi literatur, internet searching, triangulasi data dan sumber pustaka lainnya. Adapun teknik analisa data yang digunakan adalah reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, penarikan kesimpulan, evaluasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *impression management* pada kehidupan *front stage* seorang penyiar pria di station radio di kota Bandung hampir meliputi segala aspek seperti *appearance* (penampilan) dan *manner* (gaya), yang hampir seluruhnya dilakukan atas dasar penyesuaian terhadap STP (*segmentation, targeting, positioning*) stasiun radio yang menaungi penyiar pria tersebut. Sedangkan pada kehidupan *back stage* seorang penyiar pria di station radio di kota Bandung, mereka kembali pada jati diri mereka yang sesungguhnya. Selain itu, citra diri yang hendak dicapai oleh para penyiar pria di station radio di kota Bandung di Kota Bandung setelah melakukan

*impression management* adalah citra diri yang positif, guna memudahkan karier dan cita-cita mereka.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah, *impression management* yang dilakukan oleh seorang penyiar pria di station radio di Kota Bandung lebih disesuaikan kepada citra yang telah terbentuk dari station radio yang menaunginya. Pada akhirnya menimbulkan kesan tertentu hingga membentuk self image yang merepresentasikan citra dari stasiun radio yang menaungi mereka tersebut.

*Ketiga*, penelitian berjudul “Pengelolaan Kesan Mahasiswa Pengguna Online Dating Tinder di Jatinangor” yang ditulis oleh Reviana Shahnaz Martsya Fitri dari Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui motif dari mahasiswa Jatinangor dalam mengelola kesan yang merupakan pengguna dating online Tinder. Bagaimana cara mereka berinteraksi dengan Tinder Matchesnya, dan juga untuk mengetahui bagaimana perbedaan pengelolaan kesan yang ditunjukkan mahasiswa pengguna online dating Tinder di Jatinangor saat berinteraksi dengan lingkungan sosial.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa ditemukan motif pelaku pengelolaan kesan yang merupakan mahasiswa pengguna online dating Tinder di Jatinangor, dan unsur sebab yang merupakan proses itu terjadi adalah, keluarga, lingkungan pergaulan, pengalaman dikecewakan, dan dorongan dalam diri, dan tujuan yang ingin dicapai, yaitu meningkatkan harga diri,

ganjaran sosial seperti akan rasa cinta, kasih sayang, pujian, kesan yang baik, dan materi, dan pengalaman. Selain itu, ditemukan pengelolaan kesan dalam online dating Tinder menjadi dua tahap yaitu saat tidak berinteraksi langsung, yaitu pengelolaan kesan dalam akun online dating Tinder yang menjadi awal pengelolaan kesan. Lalu, saat adanya interaksi langsung, yaitu ketika pelaku pengelolaan kesan yakni mahasiswa pengguna online dating Tinder di Jatinangor memutuskan untuk bertemu. Pengelolaan kesan tetap dilakukan dan dilanjutkan di dunia riil yang sebelumnya telah dilakukan saat tidak berinteraksi langsung. Pengelolaan kesan yang dilakukan tak lain untuk memupuk kesan baik dan mendapatkan citra positif dihadapan Tinder matches. Lingkungan sosial yang merupakan keluarga dan teman-teman menjadi tempat dimana mereka menanggalkan peran yang dimainkan tanpa adanya tuntutan untuk memainkan peran atau sebuah pengelolaan kesan.

Kesimpulan penelitian ini sendiri mengungkapkan bahwa dalam setiap pengelolaan kesan pada online dating Tinder yang dilakukan mahasiswa Jatinangor melakukan penyesuaian dengan harapan Tinder matches ataupun citra ideal dari lingkungan sekitar yang menjadi acuan saat akan melakukan pengelolaan kesan. Teknik-teknik pengelolaan kesan yang dilakukan seseorang berbeda-beda untuk menampilkan gambaran diri sesuai dengan image yang diinginkan. Teknik pengelolaan kesan ini dilakukan untu memupuk kesan baik atau mendapatkan citra positif dihadapan Tinder matches. Saran yang diberikan yaitu perlunya mengenali dan memahami diri sendiri agar menciptakan citra diri yang positif dalam diri pelaku pengelolaan kesan yakni

mahasiswa pengguna online dating Tinder di Jatinangor yang mengelola kesan saat berinteraksi dengan Tinder matches. Karena, apabila tidak mengenali dan memahami diri sendiri akan menghasilkan konsep diri dan citra diri yang negatif. Setiap orang diperbolehkan melakukan pengelolaan kesan untuk mendapatkan kesan atau citra positif. Namun, diusahakan jangan sampai pengelolaan kesan untuk menampilkan gambaran diri yang diciptakan membuat seseorang menjadi keluar jalur dari gambaran diri sendiri yang sesungguhnya, sehingga selalu dituntut untuk memainkan sebuah peran. Karena akan membuat seseorang tidak menjadi dirinya sendiri.

*Keempat*, penelitian yang merupakan jurnal ilmiah berjudul “Pengelolaan Kesan Penyiar D’OZ Radio Bali dalam Program Mata Sapi” yang ditulis oleh Putu Ayu Devi Dharmayanti, Ni Made Ras Amanda Gelgel, dan I Gusti Agung Alit Suryawati dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengelolaan kesan penyiar D’OZ Radio Bali dalam program acara Mata Sapi yang dibawakan oleh dua penyiar yaitu Giri dan Maesya yang membawakan acara secara kompak dan menghibur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa D’OZ Radio Bali yang memiliki target sasaran anak muda berhasil menarik minat para pendengar dengan program acara Mata Sapi yang dibawakan dengan penyiar yang memiliki karakter humoris, ceria dan *friendly* sehingga program ini sejalan dengan apa yang diharapkan. Selain itu impression motivation yaitu value of desired goals

yang menjelaskan bahwa motivasi meningkat seiring dengan nilai goal yang telah ditetapkan, di mana kesan yang diinginkan dapat berpengaruh. Tujuan (goal) yang diinginkan adalah peningkatan kualitas siaran agar dapat mempertahankan pendengar seiring dengan persaingan radio di Bali yang semakin banyak.

Kesimpulan dalam jurnal penelitian pengelolaan kesan penyiar Mata Sapi D'OZ Radio Bali ini yaitu tanpa mengubah konsep diri dari para penyiar acara yang dibawakan bercalan lancar, dengan menampilkan karakter aslinya yang humoris, lucu dan bersemangat dan anak muda Penyiar Mata Sapi melakukan pengelolaan kesan dengan cara menggunakan lawakan-lawakan dan suara tawa yang menjadi ciri khas, tidak mengambil hati lawakan yang menyinggung perasaannya, memiliki mind set bahwa apa pun permasalahan yang terjadi pada dirinya harus tetap seru, humoris dan professional serta tidak menampilkan sifat-sifat yang tidak sesuai dengan kesan program.

Kajian mengenai beberapa penelitian terdahulu serta perbedaannya dengan penelitian yang dilakukan, dapat dilihat pada tabel 2.1.

**Tabel 2.1**

**Matriks Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan**

| No | Nama Peneliti   | Judul Penelitian  | Metode Penelitian   | Hasil Penelitian   | Perbedaan   |
|----|---|---|---|--|---|
| 1  | Dessy Wulansari. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Komputer Indonesia Bandung. | Pengelolaan Kesan Vokalis Hardcore Band Jeruji (Studi Dramaturgi Pengelolaan Kesan Vokalis Hardcore Band Jeruji di Kota Bandung dalam | Metode Penelitian Kualitatif, Studi Dramaturgi, Pengelolaan Kesan | 1. Vokalis hardcore Band Jeruji dapat memainkan peran di setiap panggungnya. Saat berada di panggung depan, mereka mengelola kesan positif bagi para penontonnya. Dia bersikap | Pengelolaan kesan yang dilakukan tidak hanya terpaku hanya pada peran yang dijalani tetapi juga mencakup bahasa yang digunakan dan aspek lainnya yang dilakukan ketika menjalani peran. |

|   |  |   |  |  |  |
|---|--|---|--|--|--|
|   |  | Menjalani Kehidupannya)   |  | <p>layaknya vokalis hardcore pada umumnya.</p> <p>2. Untuk panggung tengah dia mengkomunikasikan presentasi dirinya dengan kerabat penting, istri, dan sesama anggota band.</p> <p>3. Sedangkan di panggung belakang dia menjadi pribadi yang berbeda dengan yang ada di panggung depan, pengelolaan kesan yang dibentuk pun berbeda. Pengelolaan kesan yang dibentuk berupa simbol-simbol yang meliputi gaya berperilaku, gaya bicara, dan lain-lain.</p> |  |
| 2 | Helmi Riza Faisal Fatahillah. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Komputer Indonesia Bandung. | <i>Impression Management</i> Penyar Pria Di Station Radio Kota Bandung (Studi Dramaturgi tentang Pengelolaan Kesan di Kehidupan Panggung Depan dan Panggung Belakang pada Diri Seorang Penyar Pria di Station Radio Kota Bandung) | Metode Penelitian Kualitatif, Studi Dramaturgi, <i>Impression Management</i> | <p>1. <i>Impression management</i> pada kehidupan <i>front stage</i> seorang penyar pria di station radio di Kota Bandung hampir meliputi segala aspek seperti <i>appearance</i> (penampilan) dan <i>manner</i> (gaya), yang hampir seluruhnya dilakukan atas dasar penyesuaian terhadap STP (segmentation, targeting, positioning) stasiun radio yang menaungi penyar pria tersebut.</p> <p>2. Pada kehidupan <i>back stage</i> seorang</p>               | <p>1. Peneliti bertujuan mengetahui seperti apa pengelolaan kesan yang dilakukan oleh objek penelitian yang disesuaikan dengan lingkungannya.</p> <p>2. Peneliti memilih objek penelitian yang merupakan penyar radio Ease 102.3 FM Bandung sehingga dalam prakteknya pengelolaan kesan yang dilakukan oleh penyar radio yang tergolong lokal ini memiliki metode tersendiri</p> |

|   |  |  |   |  |  |
|---|--|--|---|--|--|
|   |  |  |   | penyiar pria di station radio di Kota Bandung, mereka kembali pada jati diri mereka yang sesungguhnya.   | dalam menjalani perannya terutama dalam <i>front stage</i> nya.  |
| 3 | Reviana Shahnaz Martsya Fitri.<br>Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran                              | Pengelolaan Kesan Mahasiswa Pengguna Online Dating Tinder di Jatinangor (Studi Dramaturgi Mengenai Pengelolaan Kesan Mahasiswa Pengguna Online Dating Tinder di Jatinangor saat Berinteraksi Dengan Tinder Matches | Metode Penelitian Kualitatif, Studi Dramaturgi, Pengelolaan Kesan | 1. Penelitian ditujukan untuk mengetahui motif melakukan pengelolaan kesan.<br>2. Terdapat pengelolaan kesan dua tahap yang terjadi, dimana pelaku pengelolaan kesan membuat <i>front stage</i> di dua situasi, ketika melakukan di media online dating tinder dan ketika bertemu. | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan kesan yang dilakukan. Selain itu pengelolaan kesan yang akan diteliti khususnya dibagian <i>front stage</i> bersifat satu tahap, yaitu ketika objek penelitian melakukan pengelolaan kesan ketika menjalani profesinya.  |
| 4 | Putu Ayu Devi Dharmayanti, Ni Made Ras Amanda Gelgel, I Gusti Agung Alit Suryawati.<br>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana. | Pengelolaan Kesan Penyiar Radio D,OZ Radio Bali dalam Program Mata Sapi  | Metode Penelitian Kualitatif, Pengelolaan Kesan                   | 1. Penelitian ini meneliti tentang pengelolaan kesan penyiar radio dalam suatu program acara tertentu.<br>2. Penelitian ini juga menjelaskan mengenai hubungan antar penyiar yang melakukan program yang sama.   | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan kesan yang dilakukan penyiar radio seutuhnya, tidak terikat pada program acara apa yang dijalani, melainkan keseluruhan pengelolaan kesan yang dilakukan saat menjadi penyiar. Selain itu peneliti juga tidak membahas bagaimana hubungan antar penyiar ketika sedang melakukan pengelolaan kesan. |

Sumber: Penelitian 2021

## **2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi**

### **2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi**

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa saja yang terjadi di dalam dirinya. Dari rasa keingin tahuan inilah memaksa manusia perlu berkomunikasi. Setiap hari semua orang selalu berbicara tentang komunikasi. Mereka mengenal kata komunikasi, namun banyak di antara mereka yang kurang mengerti makna kata komunikasi meskipun mereka selalu perbincangkan dan mereka lakukan.

Komunikasi adalah keterampilan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dimana dapat kita lihat komunikasi terjadi pada setiap gerak langkah manusia. Manusia adalah makhluk sosial yang tergantung satu sama lainnya dan mandiri serta saling terkait dengan orang lain yang ada dilingkungannya. Salah satu alat untuk dapat berhubungan dengan orang lain dan lingkungannya adalah komunikasi baik secara verbal maupun non-verbal (bahasa tubuh dan isyarat yang banyak dimengerti oleh suku bangsa). Seperti yang kita ketahu komunikasi adalah pemindahan informasi atau pesan dari satu orang ke orang lain dimana informasi atau pesan tersebut memberikan suatu hasil atau efek, sehingga apa yang kita informasikan kepada orang lain itu menjadi miliknya. Menurut Carl I. Hovland:

“Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk merubah perilaku orang lain (Hovland dalam Mulyana, 2008:62)

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang diungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Onong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi teori dan Praktek , ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Hovland dalam Effendy, 2002: 10) Hovland juga mengungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampaian informasi melainkan juga pembentukan pendapat umum (*Public Opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting.

Dalam pengertian khusus komunikasi, Hovland yang dikutip dari Onong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengatakan bahwa komunikasi Adalah Proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behaviour of other individuals*) Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif (Hovland dalam Effendy, 2002:10)

Menurut Solihat, Purnaningwulan, & Solihin, dalam buku *Interpersonal Skill* menjelaskan bahwa :

“Secara etmonologis, komunikasi terjemahan dari bahasa inggris *communication* berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya “sama”. Mengadakan komunikasi artinya mengadakan “kesamaan” dengan orang lain. Komunikasi pada hakikatnya adalah membuat komunikan (orang yang menerima pesan) dengan komunikator (orang yang memberi pesan) dengan komunikan (orang yang menerima pesan) sama-sama atau sesuai (*turned*) untuk suatu pesan.” (Solihat, Purwaningwulan, dan Solihin, 2015 : 01)

Menurut Willbur Schramm, seorang ahli ilmu komunikasi kenamaan dalam karyanya *Communication Research In The United States* menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*Frame of Reference*) yakni panduan pengalaman dan pengertian (*collection of experience and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan. (Schramm dalam Effendy, 2002:13)

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dll.

Roger dalam Mulyana berpendapat bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Mulyana, 2008:69)

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran makna/pesan dari seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain. Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas merupakan faktor penting dalam

komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli ilmu komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus. Menurut Deddy Mulyana, Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) bagian yaitu:

#### **A. Komunikasi Verbal**

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal.

#### **B. Komunikasi Nonverbal**

Secara sederhana pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan katakata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E Porter komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (Samovar dan Porter dalam Mulyana, 2008: 237)

Dari pengertian diatas dapat dikatakan bahwa komunikasi mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan sosial manusia baik itu secara verbal (langsung) ataupun secara non-verbal (tidak langsung). Oleh karena itu manusia tidak dapat hidup berdampingan tanpa adanya komunikasi.

### 2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, sehingga komunikasi itu sendiri memiliki fungsi-fungsi dalam kehidupan manusia. Adapun dalam buku Komunikasi Intrapersonal dan Interpersonal oleh Agus M. Hardjana menjelaskan tentang fungsi komunikasi dapat dilihat dari hidup pribadi, hubungan dengan orang lain, di tempat kerja, dan dalam masyarakat. Berikut fungsi komunikasi:

1. Untuk Pribadi
  - a. Mengungkapkan perasaan dan gagasan kita, komunikasi dapat menjadi alat katarsis untuk melepaskan beban mental dan psikologis sehingga kita mendapatkan keseimbangan hidup kembali.
  - b. Menjelaskan isi perasaan, isi pikiran, dan perilaku kita sendiri.
  - c. Semakin mengenal diri, dengan komunikasi kita mengenal isi hati, pikiran dan perilaku kita, dan mendapat umpan balik dari rekan komunikasi kita tentang emosi, pikiran, kehendak, cita-cita dan perilaku kita.
2. Hubungan dengan Orang Lain
  - a. Mengetahui orang lain karena melalui komunikasi orang lain mengungkapkan diri kepada kita.
  - b. Menjalani perkenalan, pertemanan, dan persahabatan dengan orang lain.

- c. Membahas masalah, bertukar pikiran, dan membuat rencana kegiatan bersama orang lain.
  - d. Meminta bantuan dan pertolongan kepada orang lain.
  - e. Saling membantu mengubah sikap dan perilaku hidup bersama orang lain.
3. Lingkungan Kerja
- a. Menjalin hubungan baik dengan rekan kerja ditempat kerja.
  - b. Membangun kerja sama dan sinergi dengan rekan kerja.
  - c. Memberi tahu tentang kerja dan mengarahkan kerja itu sesuai dengan tujuan.
4. Lingkungan Masyarakat
- a. Mempersatukan masyarakat.
  - b. Mengatasi masalah bersama dalam masyarakat.
  - c. Membuat usaha kemajuan untuk masyarakat.
  - d. Mengusahakan kesejahteraan masyarakat.
- (Hardjana, 2003:20-21)

Berbeda yang ada di dalam buku Ilmu Komunikasi oleh Daryanto, mengemukakan fungsi komunikasi sebagai berikut:

1. Menyampaikan Informasi (*To Inform*)
2. Mendidik (*To Educate*)
3. Membujuk (*To Persuade*)
4. Menghibur (*To Entertain*)

(Daryanto, 2011:149-150)

Dari fungsi-fungsi komunikasi yang dikemukakan diatas, maka komunikasi pun memiliki tujuan penting dalam kehidupan manusia agar tercapainya suatu kepentingan yang ingin dicapai.

### **2.1.2.3 Unsur Komunikasi**

Dalam buku Ilmu Komunikasi oleh Daryanto menjelaskan tentang unsur-unsur komunikasi yang selalu terdapat dalam peristiwa komunikasi manapun. Berikut unsur-unsur komunikasi:

1. **Sumber.** Merupakan orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi.
2. **Meng-encode.** Suatu keadaan internal tidak dapat dibagi bersama secara langsung maka diperlukan simbol-simbol (pesan verbal maupun nonverbal) yang mewakili.
3. **Pesan.** Merupakan hasil encoding. Pesan adalah seperangkat simbol-simbol verbal atau nonverbal yang mewakili keadaan khusus sumber pada satu dan tempat tertentu.
4. **Saluran.** Merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang ke orang lain secara umum.
5. **Penerima.** Orang-orang yang menerima pesan dengan sedemikian terhubung dengan sumber pesan.
6. **Men-decode.** Decoding merupakan kegiatan internal dari penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam-macam data dalam

bentuk “mentah”, yang harus diubah ke dalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna.

7. **Respons.** Penerima Suatu yang telah diputuskan oleh penerima untuk dilakukan terhadap pesan. Respons dapat bervariasi sepanjang dimensi minimum sampai maksimum.
8. **Balikan (*feedback*).** Merupakan informasi bagi sumber sehingga ia dapat menilai efektivitas komunikasi untuk selanjutnya menyesuaikan diri dengan situasi yang ada.
9. **Gangguan (*noise*).** Gangguan beraneka ragam, untuk itu harus didefinisikan dan dianalisis. Noise dapat masuk ke dalam system komunikasi manapun, merupakan segala sesuatu yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian pesan, termasuk yang bersifat fisik atau psikis.
10. **Bidang Pengalaman.** Komunikasi dapat terjadi sejauh para pelaku memiliki pengalaman-pengalaman yang sama. Perbedaan dapat mengakibatkan komunikasi menjadi sulit. Walaupun perbedaan tidak dapat dihilangkan, harapan untuk terjadi komunikasi sungguh mungkin terlaksana.
11. **Konteks Komunikasi.** Komunikasi selalu terjadi dalam suatu konteks tertentu, paling tidak dalam tiga dimensi (Dimensi fisik, Dimensi Sosial, dan Dimensi Norma) (Daryanto, 2011:92-94)

Berbeda dengan penjelasan mengenai unsur komunikasi di dalam buku Jurnal Komunikasi dan Informasi oleh Deddy Mulyana. Menyatakan dalam versi yang lebih besar ada 6 unsur pesan komunikasi sebagai berikut:

1. **Source** (sumber). Sumber adalah dasar yang digunakan di dalam penyampaian pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri.
2. **Communicator** (komunikator) atau penyampai pesan. Sebagaimana sumber, komunikator juga mengenal “credibility of communicator” atau kepercayaan kepada komunikator.
3. **Message** (pesan). Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan (tema) yang sebenarnya menjadi pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan.
4. **Channel** (saluran). Channel adalah saluran penyampaian pesan dan lebih sering disebut dengan “media”.
5. **Audience** (komunikasi) atau penerima pesan. Komunikan dapat kita golongankan dalam 3 jenis yaitu persona (orang perorang), kelompok dan massa. Pada saat komunikasi dilancarkan, menghadapi komunikan perlu di perhatikan 3 hal yakni keanggotaan kelompok, proses seleksi, kecenderungan.
6. **Effect** (Hasil). **Effect** adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan (Mulyana, 2008:5-16)

#### 2.1.2.4 Tujuan Komunikasi

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, sehingga komunikasi itu sendiri memiliki tujuan-tujuan dalam kehidupan manusia. Tujuan Komunikasi adalah untuk membangun atau menciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Dalam bukunya Daryanto, mengemukakan bahwa tujuan komunikasi antara lain:

1. Perubahan Sikap (*Attitude Change*), seorang komunikan setelah menerima pesan, kemudian sikapnya berubah, baik positif maupun negatif. Dalam berbagai situasi, kita berusaha memengaruhi sikap orang lain dan berusaha agar orang lain bersikap positif sesuai keinginan kita.
2. Perubahan Pendapat (*Opinion Change*), dalam komunikasi berusaha menciptakan pemahaman. Pemahaman ialah kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator. Setelah memahami arti komunikator maka akan tercipta pendapat yang berbeda-beda bagi komunikan.
3. Perubahan Perilaku (*Behavior Change*), komunikasi bertujuan untuk mengubah perilaku ataupun tindakan seseorang.
4. Perubahan Sosial (*Social Change*), membangun dan memelihara ikatan hubungan dengan orang lain sehingga menjadi hubungan yang semakin baik. Dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal.

(Daryanto, 2011:148-149)

### 2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan salah satu bentuk dari komunikasi seperti bentuk-bentuk komunikasi lainnya antara lain, komunikasi antarpersona, komunikasi kelompok atau komunikasi organisasi. Dalam komunikasi massa, juga memiliki sedikitnya enam unsur yakni, komunikator, pesan, media, komunikan, efek dan umpan balik. (Ardianto, 2009:2)

Secara sederhana komunikasi massa didefinisikan oleh Bittner (Rakhmat, 2003:188), adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*).

Lain halnya dengan Bittner, Gebner mendefinisikan komunikasi massa secara lebih terperinci. Menurutnya, komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (*mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*) (Rakhmat, 2003:188)

Komunikasi massa memiliki karakteristik tersendiri. Karakteristik tersebut antara lain:

1. Komunikator Terlembagakan

Artinya proses penyampaian pesan dilakukan bukan oleh individu sendiri saja melainkan oleh sebuah lembaga atau terorganisasi. Dengan

kata lain, individu atau komunikator yang menyampaikan pesan tersebut berada disebuah organisasi atau lembaga.

## 2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa yang pada dasarnya bersifat terbuka, sehingga komunikasi massa ditunjukkan untuk semua orang dan tidak ditunjukkan untuk sekelompok orang tertentu. Sehingga, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesannya dapat berupa fakta, peristiwa atau opini.

## 3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Artinya, komunikator dalam komunikasi massa tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Selain itu disebutkan heterogen, dikarenakan komunikan terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang dikelompokkan berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi.

## 4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Kelebihan komunikasi massa lainnya ialah, jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan, komunikan yang banyak tersebut secara serempak dan pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

## 5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Berbeda dengan komunikasi antarpersona yang lebih mementingkan hubungan, dalam komunikasi massa isi merupakan hal yang paling utama. Komunikator tidak harus selalu mengenal komunikan begitupun

sebaliknya. Yang terpenting ialah, bagaimana seorang komunikator menyusun pesan secara sistematis, baik, dan sesuai dengan jenis medianya, agar komunikannya bisa memahami isi pesan tersebut.

#### 6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi antarpersona. Dengan kata lain, komunikasi massa bersifat satu arah.

#### 7. Stimuli Alat Indra Terbatas

Pada komunikasi massa stimuli alat indra bergantung pada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio siaran dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, kita menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

#### 8. Umpan Balik Tertunda (Delayed) dan Tidak Langsung (Indirect)

Dalam proses komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung (indirect) dan tertunda (delayed). Artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima lewat telepon, e-mail, atau surat pembaca. Proses tersebut

menggambarkan bahwasannya penyampaian umpan balik tersebut indirect dan delayed.

Dari penjelasan diatas, maka tidak heran jika komunikasi melalui media massa dapat menembus setiap kehidupan individu. Seorang individu mendengarkan radio siaran ketika mengendarai mobil atau tinggal di rumah, membaca surat kabar pada pagi hari dan sore hari, dan menonton televisi pada malam hari. Selain itu, komunikasi massa juga memiliki fungsi tersendiri bagi kehidupan masyarakat. Fungsi tersebut antara lain:

1. *Surveillance* (Pengawasan)
2. *Interpretation* (Penafsiran)
3. *Linkage* (Pertalian)
4. *Transmission of Values* (Penyebaran nilai-nilai)
5. *Entertainment* (Hiburan)

(Ardianto, 2009:2)

Beberapa fungsi tersebutlah yang menjadi acuan bagi media massa dalam melakukan kegiatan komunikasinya melalui media. Fungsi tersebut jugalah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk senantiasa mengkonsumsi informasi melalui media massa.

#### **2.1.4 Tinjauan Mengenai Interaksionisme Simbolik**

Interaksi simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia. Bagi perspektif ini, individu bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan (Mulyana, 2008: 3).

Interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Interaksi simbolik ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi rekan interaksi mereka.

Menurut teori interaksi simbolik yang di kutip dari buku Dr. Deddy Mulyana, M.A berjudul Metodologi Penelitian Kualitatif adalah Kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol. Mereka tertarik pada cara manusia menggunakan simbol-simbol yang mempresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya dan juga pengaruh yang ditimbulkan penafsiran atas simbol-simbol ini terhadap perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi sosial”

Salah satu kontribusi interaksionisme simbolik adalah menjabarkan berbagai macam pengaruh yang ditimbulkan penafsiran orang lain terhadap identitas atau citra-diri individu yang merupakan objek interpretasi, yang lebih jauh dijabarkan Goffman sebagai “keutuhan diri”. Dramaturgi adalah suatu pendekatan yang lahir dari pengembangan Teori Interaksionisme Simbolik. Dramaturgi diartikan sebagai suatu model untuk mempelajari tingkah laku manusia, tentang bagaimana manusia itu menetapkan arti kepada hidup mereka dan lingkungan tempat dia berada demi memelihara keutuhan diri.

Secara ringkas interaksi simbolik didasarkan pada premis-premis berikut:

1. Individu merespon suatu situasi simbolik. Mereka merespon lingkungan, termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka. Ketika mereka menghadapi suatu situasi, respon mereka tidak bersifat mekanis. Tidak pula ditentukan oleh faktor-faktor eksternal. Respon mereka bergantung pada bagaimana mereka mendefinisikan situasi yang dihadapi dalam interaksi sosial. Jadi individu adalah yang dipandang aktif untuk menentukan lingkungan mereka sendiri.
2. Makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya objek fisik, tindakan atau peristiwa namun juga gagasan yang abstrak.
3. Makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial. Perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Manusia membayangkan atau merencanakan apa yang akan mereka lakukan.

(Mulyana, 2008: 71)

Keunikan dan dinamika simbol dalam proses interaksi sosial menuntut manusia harus lebih kritis, peka, aktif dan kreatif dalam menginterpretasikan

simbol-simbol yang muncul dalam interaksi sosial, penafsiran yang tepat atas simbol tersebut turut menentukan arah perkembangan manusia dan lingkungan, sebaliknya, penafsiran yang keliru atas simbol dapat menjadi petaka bagi hidup manusia dan lingkungannya.

Interaksi simbolik merupakan suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Blumer menyatukan gagasan-gagasan tentang interaksi simbolik lewat tulisannya, dan juga diperkaya dengan gagasan-gagasan dari John Dewey, William I. Thomas, dan Charles H. Cooley (Mulyana, 2008 : 68).

Interaksi simbolik telah menyatukan studi bagaimana kelompok mengkoordinir tindakan mereka, bagaimana emosi dapat dipahami dan dikendalikan, bagaimana kenyataan dibangun, bagaimana diri diciptakan, bagaimana struktur sosial besar mendapatkan dan dibentuk dan bagaimana publik dapat dipengaruhi.

Teori ini juga berpandangan bahwa kenyataan sosial didasarkan kepada definisi dan penilaian subjektif individu. Struktur sosial merupakan definisi bersama yang dimiliki individu yang berhubungan dengan bentuk-bentuk yang cocok, yang menghubungkannya satu sama lain. Tindakan-tindakan individu dan juga pola interaksinya dibimbing oleh definisi bersama yang sedemikian itu dan dikonstruksikan melalui proses interaksi.

George Herbert Mead adalah pemikir yang sangat penting dalam sejarah interaksionisme simbolik, Karya tunggal Mead yang amat penting dalam hal ini terdapat dalam bukunya yang berjudul *Mind, Self dan Society*.

Mead mengambil tiga konsep kritis yang diperlukan dan saling mempengaruhi satu sama lain untuk menyusun sebuah teori interaksionisme simbolik. Dengan demikian, pikiran manusia (*mind*), dan interaksi sosial (*diri/self*) digunakan untuk menginterpretasikan dan memediasi masyarakat (*society*) (Mead dalam Ardianto, 2009:136).

### **2.1.5 Tinjauan Tentang Penyiar Radio**

Penyiar biasanya merujuk pada orang yang menyiarkan informasi kepada khalayak. Profesi penyiar identik dengan orang-orang yang jadi ujung tombak radio maupun televisi. Penyiar berperan penting dalam kesuksesan acara yang dipandunya. Untuk di radio, biasanya penyiar akan berinteraksi dengan pendengar dengan membawakan acara, menyampaikan informasi, mengisi narasi, menyajikan produk komersial, dan sebagainya. Tak heran penyiar radio harus pandai mengolah kata. Karena ia kerap dijadikan teman oleh para pendengarnya.

Penyiar sendiri merupakan salah satu komunikator dalam media radio siaran selain seorang pemilik modal, marketing, reporter, penulis naskah, produser, program director, music director, serta operator. Pesan yang disampaikan oleh para penyiar dapat berupa kata-kata ucapan atau ujaran yang dikombinasikan dengan unsur-unsur pesan lainnya seperti musik atau lagu, serta efek suara. (Triartanto, 2010:47)

Secara umum, penyiar adalah unsur utama yang terdengar dalam produk siaran (program). Penyiar adalah juru bicara perusahaan bagi khalayak

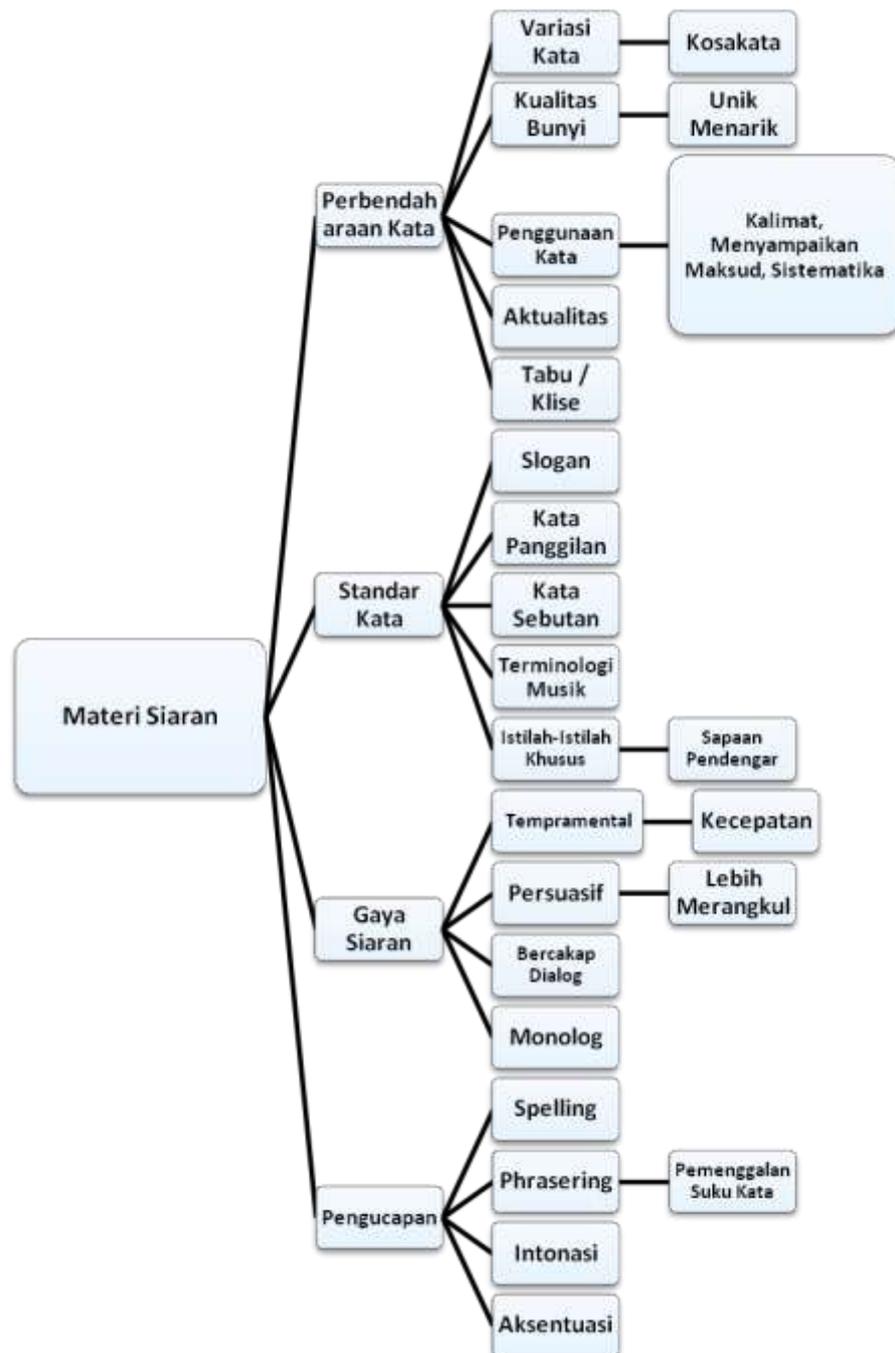
pendengar, perusahaan lain atau klien, pemerintah, juga bentuk lembaga-lembaga lainnya.

Penyiar juga merupakan alat atau pelaku untuk mencapai sasaran perusahaan, disamping sebagai anggota perusahaan yang dipersiapkan untuk ikut serta dalam fungsi manajemen. (Triartanto, 2010 : 54).

Penyiar dapat dikatakan juga sebagai representasi perusahaan yang diwakilinya. Sehingga tugas seorang penyiar tidak hanya berbicara dihadapan mikropon saja melainkan juga memiliki tugas-tugas lainnya yang kompleks. Salah satu tugas tersebut ialah menyampaikan informasi dengan baik, dan yang terpenting ialah mampu berkontribusi untuk mewujudkan tujuan akhir sebuah stasiun radio yang diwakilinya. Seiring perkembangan zaman, penyiar saat ini bukan hanya sekedar sebuah profesi seseorang yang hanya berbicara di depan mikrofon. Namun lebih dari pada itu penyiar juga kini memiliki nama atau sebutan lainnya seperti DJ (Disc Jockey), announcer, dan lain-lain sesuai dengan program acara yang dibawakannya, sehingga untuk menjadi seorang penyiar dibutuhkan pula upaya ke arah profesionalisme.

Untuk lebih memahami upaya yang dilakukan seorang penyiar dalam menjalankan tugasnya, dapat digambarkan dalam bentuk bagan sebagai Atribut Penyiar :

**Gambar 2. 1**  
**Atribut Penyiar**



*Sumber : Triartanto, 2010 : 54*

Dari mekanisme skema di atas dapat disimpulkan bahwasannya seorang penyiar harus menguasai segala yang berkaitan dengan bahan atau atribut siaran. Karena materi siaran merupakan atribut yang vital. Atribut siaran diibaratkan jantung bagi seorang penyiar. Sehingga bagaimanapun seorang penyiar harus mampu menguasai atribut siaran dengan baik.

Seiring perkembangan zaman, penyiar saat ini bukan hanya sekedar sebuah profesi seseorang yang hanya berbicara di depan mikrofon. Namun lebih dari pada itu penyiar juga kini memiliki nama atau sebutan lainnya seperti DJ (*Disc Jockey*), *announcer*, dan lain-lain sesuai dengan program acara yang dibawakannya. Sehingga untuk menjadi seorang penyiar dibutuhkan pula upaya ke arah profesionalisme.

Seorang penyiar juga dituntut harus paham benar akan kepentingan atau maksud dan tujuan yang hendak dicapai oleh sebuah stasiun radio yang menaunginya. Sehingga penyiar akan mampu menjadi ujung tombak stasiun radio tersebut. Selain itu, penyiar juga dituntut memiliki wawasan dan pemahaman yang luas akan segala hal termasuk mengenai stasiun radio dan kelompok masyarakat yang hendak dijadikan sebagai target pendengarnya.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Penyiar merupakan ujung tombak stasiun radio, karena posisi penyiar sebagai perwakilan dari radio dan mewakili radio dalam berinteraksi langsung dengan para pendengar. Baik-buruk siarannya bahkan perilakunya berpengaruh terhadap reputasi atau baik-buruk dan integritas radionya, oleh karena itu penyiar disebut juga radio personality atau keperibadian radio.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Agar dapat memahami masalah yang akan diteliti, perlu dikemukakan teori dan konsep yang ada dalam studi ini khususnya mengenai pengelolaan kesan penyiar radio Rase 102.3 FM Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode dramaturgi dengan pendekatan kualitatif. Kenneth Duva Burke (1945) memperkenalkan konsep dramatisme sebagai metode yang bersifat analogis dan teoritis yang digunakan untuk memahami fungsi sosial dari bahasa dan drama sebagai pentas simbolik kata dan kehidupan sosial.

Menurut pandangan Burke, cara terbaik untuk melihat lebih dalam kehidupan sosial manusia adalah melalui pendekatan drama (Mulyana, 2008: 158). Tujuan Dramatisme sendiri untuk memberikan penjelasan logis dalam memahami motif tindakan manusia, atau kenapa manusia melakukan apa yang mereka lakukan. Dramatisme memperlihatkan bahasa sebagai model tindakan simbolik ketimbang model pengetahuan. Pandangan Burke adalah bahwa hidup bukan seperti drama, tapi hidup itu sendiri adalah drama.

Dramaturgi merupakan suatu pendekatan yang muncul dari pengembangan Teori Interaksionisme Simbolik. Dramaturgi diartikan sebagai suatu model untuk mempelajari tingkah laku manusia. Teori dramaturgi menjelaskan bahwa identitas manusia sebenarnya tidak stabil dan merupakan setiap identitas tersebut merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri. Identitas manusia bisa saja berubah-ubah tergantung dari interaksi dengan orang lain. Disinilah dramaturgi masuk, bagaimana kita menguasai interaksi tersebut. Dalam dramaturgi, interaksi sosial

dimaknai sama persis dengan pertunjukan teater. Manusia merupakan aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui “pertunjukan dramanya sendiri”. Dalam mencapai tujuannya tersebut, menurut konsep dramaturgi, manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya tersebut.

Layaknya seorang aktor dalam pementasan teater, setiap individu akan berusaha untuk dapat menampilkan *image* tertentu dengan menggunakan suatu *setting* tingkah laku verbal maupun nonverbal secara hati-hati untuk dapat mencerminkan image tersebut. Usaha tersebut dapat dikategorikan sebagai sebuah *impression management* atau pengelolaan kesan (Rakhmat, 2008: 96)

Kajian dramaturgi membagi dua wilayah yang biasa digunakan seorang individu dalam memainkan peran. Wilayah tersebut ialah:

1. *Front Stage* (panggung depan) merupakan suatu panggung yang terdiri dari setting yang mengacu pada perabotan, dekorasi, tata letak, dan benda-benda yang tersedia untuk mendukung kemampuan berakting sang actor, dan bagian pertunjukkan atas penampilan (*appearance*) dan gaya (*manner*). Pada lingkungan yang menjadi *front stage* inilah dimunculkan identitas palsu oleh individu tersebut guna memaksimalkan peran yang dimainkannya dalam area *front stage* tersebut dimana ia dapat menyesuaikan diri dengan situasi penontonnya. Penampilan disini meliputi petunjuk artifaktual seperti pakaian, make up, dan sebagainya. Sedangkan gaya meliputi cara berbicara, berjalan dan sebagainya.

(Rakhmat, 2008: 97)

2. *Back Stage* (panggung belakang) merupakan bagian dari individu di mana individu tersebut memperlihatkan gambaran sesungguhnya dari dirinya. *Back Stage* ini juga merupakan panggung persiapan aktor yang disesuaikan dengan apa yang akan dihadapi dilapangan, untuk selanjutnya menutupi identitas aslinya. Panggung ini disebut juga panggung pribadi yang tidak boleh diketahui oleh orang lain. Beberapa hal penting yang menjadi bagian *back stage* ini antara lain:

- a. *Make Up* (Tata rias)
- b. Pakaian
- c. Sikap dan Perilaku
- d. Bahasa Tubuh
- e. Mimik Wajah
- f. Isi Pesan
- g. Cara Bertutur atau Gaya Bahasa

(Sudikin, 2002: 49-51)

Pada prinsipnya Dramaturgi merupakan bagian dari kajian ilmu komunikasi interaksi simbolik yang mana terdapat dalam pembahasan mengenai diri seorang komunikator yang berperan penting dalam proses penyampaian pesan kepada komunikan. Dramaturgi memaparkan bagaimana seorang komunikator dalam hal ini penyiar radio Rase 102.3 FM Bandung memainkan peran dalam dua bagian kehidupan mereka yakni *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang) yang dilakukan untuk menimbulkan suatu kesan dihadapan para pendengarnya. Dengan demikian mereka dapat menyesuaikan diri dengan apa yang

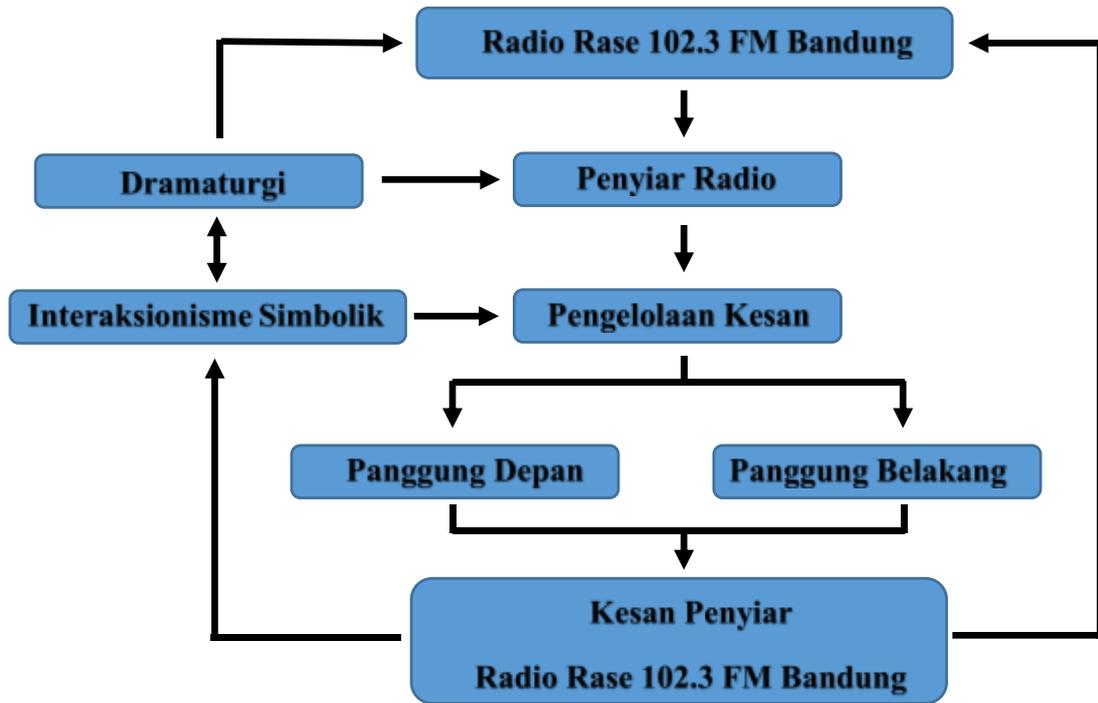
menjadi tujuan stasiun radio siaran yang menaunginya. Sebagaimana yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya dimana dramaturgi membagi dua wilayah yakni *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang).

Peneliti akan mengkaji lebih dalam tentang pengelolaan kesan apa yang digunakan oleh para penyiar radio Rase 102.3 FM Bandung untuk memperoleh para pendengar dan menarik mereka untuk mendengarkan apa yang penyiar bicarakan. Proses ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan beberapa informan yang juga memiliki kaitan dengan penyiar sebagai informan pendukung.

Selain itu juga akan dilakukan kajian lebih mendalam mengenai pengelolaan kesan (*impression management*) di kehidupan *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang) pada diri para penyiar radio Rase 102.3 FM Bandung, melalui pengumpulan data dan wawancara sehingga dapat diketahui bagaimana seorang penyiar melakukan pengelolaan kesan dan untuk tujuan apa ia melakukan hal tersebut.

Berikut merupakan gambar bagan alur pemikiran peneliti:

**Gambar 2. 2**  
**Model Kerangka Pemikiran**



*Sumber : Peneliti 2021*