# BAB 1

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

*Impression Management* atau yang lebih dikenal dengan istilah pengelolaan kesan sering kali dilakukan oleh orang-orang yang memiliki profesi dan dituntut untuk memiliki *self image* yang positif. Salah satu profesi tersebut antara lain penyiar pria di *station* radio di Kota Bandung.

*Impression Management* atau pengelolaan kesan di temukan dan dikembangkan oleh *Erving Goffman* pada tahun 1959, dan telah dipaparkan dalam bukunya yang berjudul "*The Presentation of Self in Everyday Life*". Pengelolaan kesan juga secara umum dapat didefinisikan sebagai sebuah teknik presentasi diri yang didasarkan pada tindakan mengontrol persepsi orang lain dengan cepat dengan mengungkapkan aspek yang dapat menguntungkan diri sendiri atau tim.[1]

Menurut ***Goffman***, *Impression Management* erat kaitannya dengan sebuah permainan drama, dimana aktor pelakunya dibentuk oleh lingkungan dan target penontonnya. Tujuannya tak lain ialah untuk

[1] www.12manage.com/description_goffman_**impression_management**.html

memberikan penonton sebuah kesan yang konsisten yang dilandasi tujuan yang diinginkan oleh aktor itu sendiri.[2]

Kehidupan yang dijalani oleh seorang individu dengan berbagai peran yang dijalaninya setiap hari, memiliki kesamaan dengan sebuah pementasan drama. Kehidupan diibaratkan sebuah teater, dimana interaksi sosial di atas panggung menampilkan peran-peran yang dimainkan oleh para aktor tersebut. Seringkali sang aktor tersebut tanpa sadar melakukan pengelolaan kesan (*Impression Management*), namun tak jarang pula aktor tersebut dengan sengaja melakukan pengelolaan kesan (*Impression Management*) tersebut.

Disadari atau tidak dalam kehidupan dan proses interaksinya sehari-hari, banyak individu yang melakukan pengelolaan kesan khususnya jika individu tersebut menjalani suatu profesi tertentu yang bersinggungan dengan khalayak ramai. Profesi tersebut juga menuntut individu memiliki citra positif dikalangan khalayak ramai seperti misalya profesi sebagai seorang penyiar radio.

Profesi penyiar pria yang sedang berkembang hampir di seluruh *station* radio di kota Bandung saat ini di tuntut memiliki *self image* yang baik dan positif. *Self image* tersebut dapat diraih salah satunya dengan cara pengelolaan kesan yang dilakukan oleh penyiar pria tersebut.

[2] www.12manage.com/description_goffman_impression_management.html

Pengelolaan kesan yang dilakukan oleh penyiar pria dilakukan atas dasar tujuan tertentu yakni untuk menciptakan suatu kesan tertentu yang dapat menambah citra positif dirinya di kalangan pendengar atau orang-orang yang berada dilingkungan panggunnya. Dimana pada akhirnya dapat menarik jumlah pendengar sebanyak mungkin.

Seorang penyiar khususnya penyiar pria wajib dapat melakukan tugasnya dengan baik sehingga dapat memperoleh jumlah pendengar yang sangat banyak atau sesuai dengan target dari *station* radio yang menaunginya. Dalam buku "*Broadcasting Radio"* karangan A. Ius Y. Triartanto dikatakan bahwa,

> "secara umum penyiar adalah unsur utama yang terdengar dalam produk siaran (program). Penyiar adalah juru bicara perusahaan bagi khalayak atau pendengar. Penyiar juga merupakan alat atau pelaku untuk mencapai sasaran perusahaan, disamping sebagai anggota perusahaan yang dipersiapkan untuk ikut serta dalam fungsi manajemen."

Penyiar sebagai ujung tombak siaran, tentunya identik sebagai representasi stasiun radionya. Dengan kata lain penyiar dapat menjadi salah satu cermin identitas stasiun (*station identity*). Demikian pula penyiar radio dapat dikatakan sebagai profesi yang vital. Disamping itu, seorang penyiar perlu menyadari bahwa dirinya merupakan representasi dari isi siaran dan citra perusahaan.

Mulut dan suara merupakan senjata utama bagi seorang penyiar. Karena hanya dengan suara ia dapat menyampaikan informasi, pikiran, dan emosi kepada pendengarnya tanpa adanya gerak anggota tubuh lainnya yang terlihat sebagaimana penyiar televisi. Penyiar dapat juga disebut layaknya seorang aktor. Kacaunya suasana hati dan pikiran yang sedang dirasakan, tidak perlu diketahui bahkan dirasakan pula oleh pendengarnya. Selain memiliki suara yang standar, syarat utama lainnya untuk menjadi seorang penyiar antara lain, gemar berbicara, memiliki wawasan yang luas, memiliki kesukaan terhadap musik, menguasai alat-alat siaran, dan mengenali visi-misi, segmentasi pendengar serta program radio.[3]

*Trend* profesi penyiar pria berkembang pesat setelah beberapa tahun terakhir ini banyak station radio siaran di kota Bandung yang menjadikan wanita sebagai target utama pendengar dengan persentase lebih besar dari pada pendengar pria. Persentase tersebut memang relatif dan disesuaikan dengan segmentasi dan format radio siaran masing-masing. Dengan kata lain, persentase di suatu radio siaran bisa memiliki kesamaan antara satu station radio siaran dengan yang lainnya, namun juga bisa berbeda namun tetap pada koridor persentase lebih besar untuk pendengar wanita.

[3] http://www.mysbcfm.co.cc/2010/04/beberapa-syarat-menjadi-seorang-penyiar.html

Keputusan yang diambil oleh hampir seluruh stasiun radio siaran menjadikan target pendengar wanita yang lebih besar dari pada pria di dasari oleh sifat dasar wanita yang cenderung konsumtif dan cenderung sebagai *decision maker* (pembuat keputusan) dalam hal berbelanja. Inilah yang mengakibatkan banyak produsen yang menjadikan wanita sebagai target utama konsumen. Hal tersebut juga ditegaskan oleh seorang pakar di bidang *broadcasting radio* sekaligus pemilik dari sekolah siaran ternama di Bandung yang bernama DJ @rie School, dia adalah Arie Ardianto atau yang lebih dikenal dengan nama DJ Arie mengatakan :

> "Karena sikap cewek yang cenderung konsumtif itulah banyak radio yang membidik cewek sebagai target pendengar utamanya. Target utama pendengar cewek itulah yang dijadikan sebagai daya tarik ke pemasang iklan mereka. Sebenernya kalau cowok lebih konsumtif bisa jadi dijadiin target utama, nggak nutup kemunkinan, soalnya sekarang aja cowok udah suka *gadget* tapi cewek itu pernak-perniknya banyak. Dari situlah berawal pendengar cewek banyak dijadiin target utama, biarpun disetiap radio sebetulnya beda-beda. Yang akhirnya, banyak station radio masang penyiar pria sebagai salah satu strateginya. Dan bisa jadi karena itu juga kenapa penyiar cowok jadi *trend* sekarang ini. Mungkin karena emang peluang jadi penyiar cowok lagi dibuka selebar-lebarnya sama station radio." [4]

Pernyataan DJ Arie tersebut didasarkan atas pengalamannya selama beberapa tahun terakhir saat menjabat sebagai *program director* dan *manager on air* di salah satu stasiun radio di Kota Bandung. Selain itu, dia juga sering diminta untuk menjadi konsultan bagi beberapa stasiun radio di Kota Bandung dan di beberapa kota lainnya. Berkaitan dengan hal tersebut, jika diamati lebih jauh banyak iklan yang diputar di station radio

[4] Wawancara pra penelitian 8 April 2011.

siaran baik berupa *adlibs* [5] maupun *spot* [6] merupakan iklan jenis produk yang menjadikan wanita sebagai target utama konsumennya. Pihak stasiun radio akan menyesuaikan format dari perkembangan dunia bisnis radio tersebut. Mengingat pendapatan sebuah radio siaran berasal dari pemasangan iklan di stasiun tersebut

Sebagaimana dari pernyataan DJ Arie diatas, dimana banyak stasiun radio yang memasang strategi untuk memperoleh jumlah pendengar khususnya pendengar wanita sebanyak-banyaknya. Salah satu strategi tersebut dengan cara menempatkan penyiar pria lebih banyak dibandingkan penyiar wanita. Hal tersebut dikarenakan wanita cenderung memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap lawan jenis begitupun terhadap penyiar. Penyiar pria pun dianggap memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan seorang penyiar wanita. Berdasarkan pengalamannya bertahun-tahun dalam mencetak penyiar-penyiar radio dan *video jokkey* yang diantara telah yang menjadi *broadcaster* handal baik di ditingkat regional kota Bandung maupun nasional, DJ Arie memiliki pandangannya mengenai kelebihan penyiar pria :

> "Kelebihan lainnya dari seorang penyiar cowok itu biasanya cowok lebih *on beat* [7]. Pendengar itu kan dengerin radio buat dengerin musik, nah mereka bakalan tambah seneng kalau misalkan dengerin penyiar yang bisa *on beat* banget dengan musik. Nah kebetulan biasanya penyiar cowok yang lebih *on beat*. Karena cowok tuh

[5] Istilah untuk iklan yang dibacakan oleh penyiar.
[6] Istilah untuk iklan dalam format digital yang melalui proses produksi terlebih dahulu.
[7] Kemampuan penyiar dalam menyesuaikan kecepatan, ketepatan dan harmonisasi gaya dengan jenis musik yang sedang diputar.

> biasanya lebih menghayati semua *instrument* dalam musik. Beda dengan penyiar cewek" [8]

Meski demikian, hal tersebut tidak berarti seorang penyiar pria memiliki pendengar yang terdiri wanita secara keseluruhan. Tidak menutup kemungkinan pendengar pria pun turut mendengarkan program siaran radio yang dibawakan oleh penyiar pria.

Berdasarkan perkembangan industri radio itulah, banyak stasiun radio di Kota Bandung berlomba-lomba untuk menyuguhkan penyiar pria dengan kualitas dan performa (*Air Personality*) *on air* yang memukau.

Profesi penyiar radio dalam bidang komunikasi, termasuk seorang komunikator. Hal tersebut dikarenakan penyiar radio menyampaikan suatu pesan kepada pendengarnya yang dalam hal ini menempati posisi sebagai komunikan. Dan dalam upaya menyampaikan pesan secara optimal tersebut dan memenuhi target *station* radio yang menaunginya tersebut, mereka melakukan pengelolaan kesan agar tercipta *air personality* yang memukau. Pengelolaan kesan tersebut salah satunya dilakukan dengan mengelola kesan mereka melalui simbol verbal dan non verbal.

Pengelolaan kesan yang dilakukan penyiar pria tersebut sangat lumrah dilakukan dalam menjalani profesinya tersebut, guna menunjang *air personality* yang baik. Seorang penyiar pria jika telah berhasil

[8] Wawancara pra penelitian dengan informan kunci : 8 April 2011

menciptakan kesan dihadapan pendengarnya bahwa ia memiliki *air personality* yang baik, maka ia akan semakin disukai oleh pendengarnya.

Dari uraian yang telah penulis ungkapkan dalam latar belakang penelitian diatas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

"Bagaimana *impression management* seorang penyiar pria di *station* radio di Kota Bandung (Studi dramaturgi tentang pengelolaan kesan di kehidupan panggung depan dan panggung belakang pada diri seorang penyiar pria di *station* radio kota Bandung)?"

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengidentifikasi yang menjadi pokok masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana *impression management* di kehidupan *front stage* (panggung depan) seorang penyiar pria di *station* radio Kota Bandung?
2. Bagaimana *impression management* di kehidupan *back stage* (panggung belakang) seorang penyiar pria di *station* radio Kota Bandung?
3. Bagaimana *impression management* seorang penyiar pria di *station* radio Kota Bandung?

## 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisa dan mendeskripsikan tentang *impression management* dikalangan penyiar pria di *station* radio kota Bandung.

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *impression management* di kehidupan *front stage* (panggung depan) seorang penyiar pria di *station* radio Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui *impression management* di kehidupan *back stage* (panggung belakang) seorang penyiar pria di *station* radio Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui *impression management* seorang penyiar pria di *station* radio Kota Bandung.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum, khususnya mengenai bidang kajian *Impression Management.* Terlebih lagi mengenai *impression management* pada diri seorang penyiar radio.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan mengenai *impression management* dalam hal ini pada diri penyiar pria di *station* radio di Kota Bandung, sehingga dapat berguna bagi mahasiswa UNIKOM secara

umum, dan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi UNIKOM pada khususnya. Serta sebagai literatur bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti kajian yang sama.

b. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang ingin mendapatkan informasi mengenai penyiar pria di kota Bandung khususnya tentang *impression management*, sehingga diharapkan pula dapat memeberikan pengaruh terhadap proses pembentukan persepsi pihak-pihak tersebut.

c. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dalam bidang komunikasi serta melatih kemampuan berfikir secara sistematis, juga sebagai proses belajar untuk dapat mempertajam daya nalar.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

### 1.5.1 Kerangka Teoritis

Seorang individu seringkali peduli terhadap *self image* yang ditampilkannya terhadap orang lain. Kepedulian tersebut akan menuntun individu tersebut untuk senantiasa berusaha mengontrol tentang apa yang orang lain pikirkan tentang dirinya tersebut. *Self image* yang dicoba ditampilkan ini dapat berbeda-beda dari satu situasi ke situasi lainnya, tergantung dari tujuannya.

*Self image* yang dicoba untuk ditampilkan tersebut dapat dianalogikan seperti seorang aktor yang sedang bermain peran. 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)

Berbicara mengenai *impression management* tentu tidak terlepas dari kajian dramaturgi. Pada perkembanganya, Dramaturgi begitu banyak dikenal dan dijadikan sebagai bentuk komunikasi lainnya dalam kehidupan sehari-hari manusia. Teori dramaturgi menjelaskan bahwa identitas manusia adalah tidak stabil dan 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 dengan pertunjukan teater.

Manusia adalah 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. Selayaknya pertunjukan

drama, seorang aktor drama kehidupan juga harus mempersiapkan kelengkapan pertunjukan. Hal ini tentunya bertujuan untuk meninggalkan kesan yang baik pada lawan interaksi dan memuluskan jalan mencapai tujuan. 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. (Mulyana, 2003 : 112)

***Goffman*** mengistilahkan tindakan diatas disebut dalam istilah "*impression management*". ***Goffman*** juga melihat bahwa ada perbedaan akting yang besar saat aktor berada di atas *front stage* (panggung depan) dan di *back stage* (panggung belakang) drama kehidupan. Kondisi akting di *front stage* adalah adanya penonton (yang melihat kita) dan kita sedang berada dalam bagian pertunjukan. Saat itu kita berusaha untuk memainkan peran kita sebaik-baiknya agar penonton memahami tujuan dari perilaku kita. Perilaku kita dibatasi oleh oleh konsep-konsep drama yang bertujuan untuk membuat drama yang berhasil (lihat unsur-unsur tersebut pada *impression management* diatas). Sedangkan *back stage* adalah keadaan dimana kita berada di belakang panggung, dengan kondisi bahwa tidak ada penonton. Sehingga kita dapat berperilaku bebas tanpa mempedulikan *plot* (alur cerita) perilaku bagaimana yang harus kita bawakan.

Dramaturgi juga diibaratkan sebagai permainan peran oleh manusia. Tentu permainan peran yang dimainkan oleh manusia tersebut disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai sebelumnya. Entah itu hanya sekedar untuk menciptakan kesan tertentu tentang diri kita dihadapan penonton ataupun suatu bentuk penghargaan lainya yang kita peroleh dari permainan peran tersebut. Dalam buku yang berjudul "*The Presentation of Self in Everyday Life"* karangan Erving Goffman yang diterbitkan pada tahun 1959, Goffman mendalami konsep dramaturgi yang bersifat penampilan drama atau teater atau teateris di atas panggung, dimana seorang aktor memainkan karakter manusia-manusia yang lain, sehingga penonton dapat memperoleh gambaran kehidupan dari tokoh tersebut serta mampu mengikuti alur cerita dari drama yang disajikan.

Pengertian Dramaturgi sendiri adalah sebagai berikut :

> "Dramaturgi adalah suatu pendekatan yang lahir dari pengembangan Teori Interaksi Simbolik. Dramaturgi sendiri diartikan sebagai suatu model untuk mempelajari tingkah laku manusia, tentang bagaimana manusia itu menetapkan arti kepada hidup mereka".[9]

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

[9] http://en.wikiepedia.org/wiki/Dramaturgical_perspective

1. *Front stage* (panggung depan) merupakan suatu panggung yang terdiri dari 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. Beberpa 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)

### 1.5.2 Kerangka Konseptual

Pada prinsipnya Dramaturgi merupakan bagian dari kajian ilmu komunikasi 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 memainkan peran dalam dua bagian kehidupan mereka yakni *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang) mereka yang semata-mata agar menimbulkan suatu suasana dan kesan dihadapan para pendengarnya. Dengan demikian mereka dapat menyesuaikan diri dengan apa yang menjadi tujuan station 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).

*Impression management* sendiri merupakan bagian dari kajian dramaturgi yang sama-sama dikembangkan oleh ***Goffman*.** *Impression management* atau pengelolaan kesan merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh seorang individu dalam menciptakan kesan atau

persepsi tertentu atas dirinya dihadapan khalayaknya. Pengelolaan kesan tersebut baik terhadap simbol verbal maupun simbol nonverbal yang melekat di dirinya.

Penelitian ini mengkaji bagaimana *impression management* di kehidupan *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang) pada diri seorang penyiar pria di *station* radio di Kota Bandung. Sebagaimana yang telah dipaparkan pada kerangka teoritis bahwasannya ***Goffman*** membagi dua wilayah dari aktor yang diibaratkan memainkan peran tersebut, yakni :

1. *Front stage* (panggung depan).

   Bagian ini peneliti akan meneliti lebih jauh mengenai pengelolaan kesan yang dilakukan oleh seorang penyiar pria di *station* radio di Kota Bandung ditinjau dari aspek *appearance* (penampilan) dan *manner* (gaya).

   a. *Appearance* (penampilan)

      Pengelolaan kesan ditinjau dari aspek penampilan yang dilakukan oleh seorang penyiar pria di *station* radio di Kota Bandung meliputi *make up* (tata rias), dan pakaian. Bagaimana *make up* (tata rias), dan pakian seorang penyiar pria ketika berada pada bagian *front stage* (panggung depan) yang di kelola sehingga menimbulkan kesan yang diinginkan dikalangan pendengar radionya ataupun orang-

orang disekitarnya yang menjadi bagian dari pertujukan di panggung depannya.

b. *Manner* (gaya)

Pengelolaan kesan ditinjau dari aspek gaya yang dilakukan oleh seorang penyiar pria di *station* radio di Kota Bandung meliputi sikap dan perilaku, bahasa tubuh, mimik wajah, isi pesan, dan cara bertutur atau gaya bahasa saat sedang menjalani profesinya sebagai penyiar radio.

Selanjutnya sebagaimana yang telah dipaparkan pada kerangka teoritis mengenai pengelolaan kesan dalam hal informasi yang disampaikan pun merupakan hal yang akan peneliti perhatikan dan mengkajinya lebih dalam lagi. Bagaimana penyiar pria mengelola informasi yang disampaikan olehnya, sehingga menciptakan suatu persepsi tersendiri terhadap dirinya.

Hal-hal diatas yang digunakan diri ini disebut *front*. Penampilan berarti menggunakan petunjuk artifaktual. Gaya bertingkah laku menunjukkan cara kita berjalan, duduk, berbicara, memandang, dan sebagainya.[10]

Beberapa aspek diatas seperti gaya berbicara yang meliputi nada, intonasi dan artikulasi, serta sikap dan perilaku dia dapat menunjang

[10] http://impression management/pengelolaan-kesan-impression-management.html

terciptanya *personality on air* yang baik, yang dibutuhkan oleh seluruh penyiar.

2. *Back stage* (panggung belakang)

Bagian ini peneliti akan meneliti kehidupan *back stage* (panggung belakang) seorang penyiar pria di *station* radio di Kota Bandung. Pada bagian ini peneliti akan mengkaji lebih dalam lagi bagaimana persiapan seorang penyiar pria tersebut di tinjau dari aspek-aspek yang telah dipaparkan sebelumnya, untuk terjun ke kehidupan *front stage*-nya. Sehingga nantinya dapat diketahui, perbedaan apa saja yang signifikan dari proses pengelolaan kesan dari kehidupan *back stage*-nya jika dibandingkan dengan kehidupan *front stage* . Terdapat beberapa aspek penting yang menjadi bagian dari kehidupan *back stage* seorang penyiar pria, antara lain :

a. *Make Up* (Tata Rias)

Meski penelitian ini meneliti tentang penyiar pria. Namun *make up* (tata rias) akan tetap dijadikan sebagai salah satu aspek yang akan diteliti, mengingat pengelolaan kesan yang dilakukan oleh seorang penyiar pria sehingga memungkinkan ia menggunakan *make up* pada kehidupan *back stage*-nya guna kepentingan tertentu.

b. Pakaian

Pakaian merupakan salah satu aspek yang dapat mencitrakan siapakah individu yang menggunakannya tersebut. Sehingga pada penelitian ini akan dikaji pula aspek pakaian yang dikenakan oleh seorang penyiar pria.

c. Sikap dan Perilaku

Peneliti juga akan mengkaji aspek sikap dan perilaku dari penyiar pria pada bagian kehidupan *back stage*-nya. Apakah ada pengelolaan kesan yang dilakukannya melalui aspek sikap dan perilaku tersebut atau tidak.

d. Bahasa Tubuh

Bahasa tubuh meruapakan salah satu hal yang dapat dijadikan identitas atau cirri khas dari seseorang. Begitupun dengan seorang penyiar pria, peneliti akan meneliti lebih dalam mengenai pengelolaan kesan yang dilakukannya melalui bahasa tubuh.

e. Mimik Wajah

Mimik wajah, dewasa ini bukan hanya bagian kecil yang dapat dihiraukan begitu saja. Banyak individu yang mulai memperhatikan mimik wajah mereka ketika berinteraksi

dengan individu lainnya. Begitupun dengan seorang penyiar pria karena pada kehidupan *back stage* nya ia tetap melakukan interaksi dengan individu lainnya, meski dengan individu yang memiliki ikatan emosional sekalipun.

f. Isi Pesan

Isi pesan dari konteks komunikasi yang dilakukan seorang penyiar pria tentu akan pula diperhatikan oleh peneliti. Hal tersebut untuk mengetahui apakah ada perbedaan dari pengelolaan kesan yang dilakukan pada *front stage* dan *back stage* ini.

g. Cara Bertutur atau Gaya Bahasa

Cara bertutur atau gaya bahasa penyiar pria merupakan salah satu aspek terpenting dari penelitian ini. Mengingat salah satu yang dapat menjadi cirri khas seorang penyiar ialah cara bertutur atau gaya bahasanya. Dan pada bagian *back stage* ini akan diteliti bagaimana penyiar pria melakukan pengelolaan kesan terhadap aspek tersebut.

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan mencari informasi mengenai bagaimana persepsi dan selera masyarakat khususnya pendengar radio terhadap penyiar radio di Kota Bandung.

Pertama peneliti akan mengkaji lebih lanjut lagi mengenai *trend* yang sedang berkembang di industri radio kota bandung mengenai *trend* dan strategi apa yang dilakukan untuk memperoleh pendengar. Proses ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan informan utama atau informan kunci yang merupakan seorang pakar di bidang *broadcasting*. Dengan demikian dapat diketahui bagaimana *trend* yang sedang berkembang di dunia industri radio siaran yang menjadi dasar dari penelitian ini. Selanjutnya akan dikaji lebih mendalam mengenai *impression management* di kehidupan *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang) pada diri seorang penyiar pria, melalui pengumpulan data dan wawancara. Sehingga dapat diketahui bagaimana seorang penyiar pria melakukan pengelolaan kesan dan untuk tujuan apa ia melakukan hal tersebut.

## 1.6 Pertanyaan Penelitian

Saat penelitian dilaksanakan, peneliti akan mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan dalam rangka memperoleh data yang akurat mengenai permasalahan yang diteliti. Adapun pertanyaan penelitian tersebut adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana *impression management* di kehidupan ***front stage*** (panggung depan) seorang penyiar pria di *station* radio Kota Bandung?
    a) Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **penampilan**?
        - Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **penampilan** melalui pakaian anda?
        - Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **penampilan** melalui *make up* anda?
    b) Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **gaya**?
        - Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **gaya** melalui sikap dan perilaku anda?
        - Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **gaya** melalui bahasa tubuh anda?

- Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **gaya** melalui mimik wajah anda?
- Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **gaya** melalui cara bertutur atau gaya bahasa anda?

c) Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **informasi** yang anda sampaikan?

2. Bagaimana *impression management* di kehidupan ***back stage*** (panggung belakang) seorang penyiar pria di *station* radio Kota Bandung?
   a) Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek ***make up***?
   b) Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **pakaian**?
   c) Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **sikap dan perilaku**?
   d) Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **bahasa tubuh**?
   e) Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **mimik wajah**?
   f) Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **isi pesan**?

g) Bagaimana *impression management* yang anda lakukan ditinjau dari aspek **cara bertutur atau gaya bahasa**?

3. Bagaimana *impression management* seorang penyiar pria di *station* radio Kota Bandung?

    a) Apa yang memotivasi anda untuk melakukan *impression management* di dalam kehidupan anda?

    b) Faktor-faktor apa saja yang mendorong anda untuk melakukan *impression management* di dalam kehidupan anda?

    c) Citra diri seperti apa yang hendak dicapai oleh anda dalam melakukan *impression management*?

    d) Hambatan apa saja yang anda temui ketika melakukan *impression management* di dalam kehidupan anda?

    e) Apa dampak bagi diri anda setelah melakukan *impression management* di dalam kehidupan anda?

## 1.7 Subyek Penelitian dan Informan

### 1.7.1 Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah sesuatu baik hidup, benda ataupun lembaga (instansi), yang sifat dan keadaanya (atributnya) akan diteliti. Dengan kata lain subyek penelitian adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian,

"Menurut *Webster's New Collegiate* Dictionary, seorang informan adalah seorang pembicara asli yang berbicara dengan mengulang kata-kata, frasa, dan kalimat dalam bahasa atau dialeknya sebagai model imitasi dan sumber informasi". (*Spradley*, 2006 : 39)

Penelitian ini dilakukan terhadap penyiar pria di Kota Bandung.

### 1.7.2 Informan

Informan (narasumber) penelitian adalah seorang yang karena memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Bagong Suyatna memiliki pernyataan tersendiri mengenai informan yakni, "Peranan informan dalam mengambil data yang akan digali dari orang-orang tertentu yang dinilai menguasai persoalan yang hendak diteliti, mempunyai keahlian dan berwawasan cukup" (Suyatna, 2005 : 72)

Informan dipilih secara purposive (*purposive sampling*) berdasarkan aktivitas mereka dan kesediaan mereka untuk mengeksplorasi pengalaman mereka secara sadar.

Yang menjadi informan dari penelitian ini berjumlah 3 orang yang memiliki profesi sebagai penyiar radio di Kota Bandung. Dapat dilihat seperti table berikut ini :

**Tabel 1.1**

**Informan Penelitian**

| NO | NAMA | PROFESI | ASAL RADIO | LAMA BEKERJA |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Rasmus | Penyiar | Ardan FM | 5 Tahun |
| 2 | Ricky Rama Luven | Penyiar | Rama FM | 4 Tahun |
| 3 | Dony Rinaldy | Penyiar | I radio Bandung | 2 Tahun |

*Sumber : Data Peneliti 2011*

Pemilihan informan tersebut dengan pertimbangan bahwa merekalah yang saat ini paling mengetahui tentang permasalahan yang diteliti dan juga mengalami permasalahan yang akan diteliti tersebut. Ditinjau dari segi lainya, ketiga informan tadi merupakan penyiar radio di Kota Bandung yang berhasil meraih rating tinggi atau perhatian tinggi dikalangan pendengar radio dari berbagai usia di Kota Bandung.

Penelitian ini juga akan menggunakan informan kunci. Informan kunci dalam penelitian ini ialah seorang pakar dibidang *broadcasting radio* yang berasal dari kota Bandung. Informan kunci dianggap lebih mengetahui tentang permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini dibandingkan ketiga informan sebelumnya. Pernyataan yang diperoleh dari hasil wawancara bersama informan kunci ini juga dijadikan sebagai landasan untuk meneliti permasalahan lebih lanjut.

Penelitian ini memilih informan kunci seorang *broadcaster* handal di bidang radio atau juga seorang pakar dibidang radio siaran, sekaligus pemilik dari sebuah sekolah penyiaran ternama yang memiliki kredibilitas tinggi *Number One Broadcasting School*. Dia ialah Vivie Novidia. Selain informan kunci, penelitian ini juga akan menggunakan informan pendukung. Berikut tabel informan kunci dan informan tambahan tersebut :

**Tabel 1.2**

**Informan Kunci dan Informan Pendukung**

| NO | NAMA INFORMAN | PEKERJAAN | SIFAT |
|---|---|---|---|
| **1** | Vivie Novidia | Pemilik Number One Broadcasting School | Informan Kunci |
| **2** | Yayu Rahayu | Jurnalis | Informan Pendukung |
| **3** | Fitri Aisyah | *Make Up Artist* | Informan Pendukung |

*Sumber : Data Peneliti 2011*

Dengan demikian jumlah seluruh informan dalam penelitian ini berjumlah 6 (enam) orang.

Data yang dikumpulkan dari hasil wawancara yang mendalam nanti, akan diperiksa kembali bersama-sama informan. Langkah ini memungkinkan seluruh data yang diperoleh dari jawaban para informan dilihat kembali dan akan di pertimbangkan apakah akan dilanjutkan untuk dikaji atau tidak berdasarkan berbagai pertimbangan yang menyangkut hak pribadi informan. Selanjutnya juga sangat dimungkinkan adanya data dari jawaban yang perlu di ubah atau ditambahkan guna memaksimalkan hasil dari penelitian ini. Dengan kata lain, seluruh data atau informasi mengenai permasalahan yang diangkat diperoleh dari suatu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dan dengan teknik lainya yakni observasi partisipatif.

## 1.8 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode dramaturgi. ***Bodgan*** dan ***Taylor*** (Moleong, 2000 : 3) menyatakan pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Sedangkan Dramaturgi menyoroti perilaku manusia yang memiliki peran ganda atau bermain dalam dua peran sekaligus dalam kehidupan sehari-harinya yang terbagi dalam dua konsep yakni panggung depan dan juga panggung belakang. Dengan kata lain metode penelitian kualitatif

dramaturgi merupakan sebuah prosedur penelitian yang melakukan pendekatan untuk memperoleh data dan juga informasi seputar objek penelitian yang memiliki dua konsep kehidupan dalam dramaturgi yang selanjutnya untuk di jadikan bahan kajian.

## 1.9 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :

a) Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam ialah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atau pertanyaan itu. (Moleong : 135)

Wawancara juga dimaksudkan untuk memudahkan dalam proses pengumpulan informasi yang selanjutnya akan dikaji mengenai permasalahan yang diangkat langsung dari informan yang dianggap menguasai permasalahan tersebut. Dalam wawancara mengacu kepada pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dan tidak menutup kemungkinan terdapat pertanyaan tambahan seiring pembicaraan dalam wawancara tersebut yang berkembang dan

menarik untuk dijadikan informasi tambahan untuk menguatkan data guna hasil penelitian yang maksimal.

Dalam pelaksanaanya, peneliti akan melakukan kegiatan wawancara mendalam tersebut kepada ketiga informan yang telah dijabarkan sebelumnya.

b) Observasi Partisipatif

Yakni dimana peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang diucapkan dan berpartisipasi dalam aktivitas yang diteliti. (*Susan Stainback* : 1998).

Peneliti akan turut serta dalam sebagian kegiatan yang masuk kedalam kategori panggung depan dan panggung belakang informan guna mendapatkan informasi dan data tambahan.

c) Dokumentasi

Dokumentasi ialah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, bahkan untuk meramalkan.

Dokumentasi sendiri merupakan komponen penting lainya yang digunakan peneliti dalam memverifikasi kembali data yang diperoleh. Dokumentasi dapat berupa catatan ataupun juga rekaman baik audio maupun audio visual ketika wawancara dilakukan.

d) Studi Pustaka

Dalam mencari informasi atau data penunjang lainya, peneliti juga melakukan penelaan terhadap buku-buku, literatur, karya tulis yang bersifat ilmiah yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang diangkat.

e) *Internet Searching*

Adalah salah satu fasilitas internet yang dijalankan melalui browser untuk mencari informasi yang kita inginkan. *Internet Searching* menampung *database* situs-situs dari seluruh dunia yang jumlahnya milyaran halaman *web*, cukup dengan memasukan kata kunci-nya maka *internet searching* akan menampilkan beberapa *link* situs yang disertai dengan keterangan singkat.

f) Triangulasi Data

Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagi teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti menggunakan triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawncara terhadap objek penelitian. (Moleong, 2007 : 330)

## 1.10 Teknik Analisa Data

Analisis data sendiri menurut *Patton* (dalam Moleong, 1980 : 268), merupakan suatu proses untuk mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan suatu urutan dasar. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sepanjang penelitian berlangsung. Hal ini dilakukan melalui deskripsi data penelitian, penelaahan tema-tema yang ada, serta penonjolan-penonjolan pada tema tertentu (*Creswell*, 1998 : 65).

Teknik analisis data yang dilakukan sepanjang proses penelitian sejak peneliti memasuki lapangan untuk mengumpulkan data. Oleh sebab itu, teknik analisis data yang akan ditempuh peneliti melalui lima tahap yakni, mulai dari tahap penyediaan data, reduksi atau seleksi data, *display* atau penyajian data, dan pengambilan kesimpulan data. Selain itu, prosesnya tidak berjalan secara linear, tapi bersifat simultan atau siklus yang interaktif. Lebih lanjut mengenai teknik analisa data secara interaktif dijelaskan sebagai berikut :

1. **Pengumpulan data,** data yang ada dicari dan dikumpulkan semua. Pada tahap ini, peneliti juga bisa memulai proses klasifikasi awal (secara umum). Pada proses ini idealnya seorang peneliti juga melakukan pelacakan, pencatatan, pengorganisasian data yang relevan untuk memfokuskan pada masalah yang diteliti.

2. **Tahap reduksi data,** yaitu seleksi data, pemfokusan dan penyerderhanaan data, dari semua data yang sudah didapat. Setelah itu data yang tidak diperluakan disisihkan dan data-data yang penting untuk penelitian dikumpulakan jadi satu, dan diklasifikasikan menjadi lebih spesifik.
3. **Melaksanakan kegiatan *display* atan penyajian data.** Yaitu data yang diperoleh tersebut bisa disajikan dalam bentuk matrik maupun tabel-tabel yang bisa mewakili karakter yang diperlukan.
4. **Membuat simpulan sementara** dan menguji kembali dengan **metode *triangulasi***, baik menggunakan triangulasi peneliti, teori, data, maupun metode.
5. Dan tahap terakhir, yaitu membuat **pernyataan atau simpulan mengenai** apa yang dimengertinya secara bulat tentang suatu masalah yang diteliti dalam bahasa kualitatif yang deskriptif dan bersifat interpretatif. (Sugiyono, 2006: 277) [11]

[11] http://tizarrahmawan.wordpress.com/2009/11/24/selayang-teknik-analisa-data-kuantitatif-dan-kualitatif/ pukul 00.48 WIB

## 1.11 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.11.1 Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian yakni dengan teknik wawancara mendalam kepada ketiga informan dan seorang informan kunci di tempat mereka menggeluti rpofesinya masing-masing. Dan berikut tabel lokasi penelitian tersebut :

**Tabel 1.3**

**Lokasi Penelitian**

| NO | Nama Instansi | Alamat | No Tlp/Fax | *Website* |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Ardan FM Bandung | Jl. Cipaganti 159 Bandung, 40161 Bandung Jawa Barat. | TLP (022) 203 3256 Fax (022) 204 4268 | www.ardanfm.com |
| 2 | Rama FM Bandung | Jl. Muara Selatan 37 Bandung | Tlp (022) 521 1671 | www.ramafm.com |
| 3 | I-Radio Bandung | Jl. Sulanjana No. 15 Bandung | Tlp (022) 426 1069 | www.iradio.com |

*Sumber : Data Peneliti, 2011*

### 1.11.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung dan dilaksanakan oleh peneliti dengan menggunakan kurun waktu penelitian selama 6 (enam) bulan terhitung mulai bulan Februari 2011 sampai awal Juli 2011, dengan *rundown* waktu penelitian sebagai berikut :

**Tabel 1.4**

**Waktu Penelitian**

| No | Kegiatan | Bulan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Februari 2011 | | | | Maret 2011 | | | | April 2011 | | | | Mei 2011 | | | | Juni 2011 | | | | Juli 2011 | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Pengajuan Judul | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Penulisan Bab I | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Seminar UP | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | Penulisan Bab II | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5. | Pengumpulan Data Lapangan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6. | Penulisan Bab III | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 7. | Penulisan Bab IV | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8. | Penulisan Bab V | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Bimbingan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9. | Penyusunan Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10. | Sidang kelulusan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11. | Revisi Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

*Sumber : Data Peneliti, 2011*

## 1.12 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan sebagai acuan pada penelitian yang akan dilakukan, dan memuat tentang apa saja yang ada dalam laporan penelitian serta hasil pembahasan dari penelitian yang berlangsung. Adapun sistematika penulisannya, sebagai berikut :

**Bab I Pendahuluan**

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian secara teoritis dan praktis, kerangka pemikiran secara teoritis dan praktis, pertanyaan penelitian, metode penelitian, subjek dan informan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, lokasi dan waktu penelitian, dan sistematika sebagai acuan dari penelitian.

**Bab II Tinjauan Pustaka**

Bab ini memuat tentangtinjauan-tinjauan secara teoritis yang berkaitan dengan fokus masalah dan objek penelitiandari judul yang diangkat dalam penelitian yang dilakukan. Isi bab ini, penulis sekaligus peneliti menguraikan beberapa yang berkaitan dengan penelitian yaitu, mengenai ilmu komunikasi secara umum, dramaturgi, komunikasi massa, radio siaran, penyiar radio, dan mengenai *impression management* itu sendiri.

**Bab III Objek Penelitian**

Bab ini membahas apa yang menjadi objek dari penelitian ini, yaitu penyiar pria. Dimana penulis memuat tentang pengertian dasar, jenis-jenis penyiar, tugas pokok seorang penyiar, dan sebagainya.

**Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini memuat dari hasil lapangan penelitian dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode deskriptif. Penulis pun memuat sekilas profil tentang penyiar pria terpilih yang menjadi informan serta hasil wawancara dengan informan kemudian dibahas sesuai dengan teori-teori yang ada, adapun bila hasil penelitian ini mendekati atau menemukan model atau teori yang relevan maka akan dikaitkan dengan model atau teori tersebut.

**Bab V Penutup**

Bab ini berisi tentang keseluruhan dari hasil pembahasan padabab-bab sebelumnya serta kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang ditujukan secara umum maupun secara khusus.