BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan, manusia sering kali mengelola kesan sehingga orang yang diajak bicara mempunyai kesan tertentu tentang si pembicara. Pengelolaan kesan seringkali terjadi karena manusia ingin menutupi kenyataan sebenarnya yang tidak ingin diketahui orang lain.[1]

Elvinaro Ardianto, dalam bukunya Metodologi Penelitian untuk *Public Relations* (Ardianto, Elvinaro. 2010: 97), *Impression management Theory* atau teori pengelolaan kesan berasal dari pendekatan humanistis terhadap cara-cara orang mengelola pengalaman simbolik mereka. Teori ini turunan dari perspektif sosiologi interaksionisme simbolik dan tradisi psikologi kognitif sosial. Terminologinya adalah dramaturgi secara alami, yang mengungkapkan keterkaitan dramatisme dan teori dramaturgi pada pertengahan abad ke-21 dalam penelitian Humas, teori ini awalnya menggaris bawahi politik organisasional dan kemudian menjadi *organizational impression management* (pengelolaan kesan organisasional). Hal ini penting sekali bagi humas dalam membina hubungan baik untuk konsep-konsep *corporate impression management* (pengelolaan kesan korporat/ perusahaan), *image* (citra) dan *ingration* (mengambil hati). Baru-baru

[1] *http://aliyahnuraini.wordpress.com/2009/06/03/pengelolaan-kesan-dan-konsep-diri-dalam-komunikasi-antarpribadi/ 1 Mei 2012 Pkl.18.00 WIB*

ini, para peneliti melakukan kajian pengelolaan kesan melalui penelitian observasi, eksperimental, lapangan *(field work),* studi kasus atau skenario kasus *(case or scenario studies),* pengukuran perbedaan individu, dan keberadaan penelitian meta-analisis *(meta-analysis of existing studies)* (Heath, 2005: 410). Kita sudah mengetahui orang lain menilai kita berdasarkan petunjuk-petunjuk yang kita berikan; dan dari penilaian itu mereka meperlakukan 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 hendaki.

Goffman memperkenalkan dan mengembangkan pengelolaan kesan pertama kali dalam kajian sosial psikologis dan sosiologi melalui bukunya, *The Presentation of Self In Everyday Life*. Dalam bukunya Goffman mengatatkan pengelolaan kesan erat hubungannya dengan sebuah permainan drama, Goffman menggali segala macam perilaku interaksi yang kita lakukan dalam pertunjukan kehidupan kita sehari-hari yang menampilkan diri kita sendiri dalam cara yang sama dengan cara seorang aktor menampilkan karakter orang lain dalam sebuah pertunjukan drama. Cara yang sama ini berarti mengacu kepada kesamaan yang berarti ada pertunjukan yang ditampilkan. Pertunjukan yang terjadi di masyarakat untuk memberi kesan yang baik untuk mencapai tujuan. Tujuan dari presentasi diri dari Goffman ini adalah penerimaan penonton akan manipulasi. Bila seorang aktor berhasil, maka penonton akan melihat aktor sesuai sudut yang memang ingin diperlihatkan oleh aktor tersebut. Aktor akan semakin mudah untuk membawa penonton untuk mencapai tujuan dari pertunjukan tersebut. Ini dapat

dikatakan sebagai bentuk lain dari komunikasi, karena komunikasi sebenarnya adalah alat untuk mencapai tujuan. Bila dalam komunikasi konvensional manusia berbicara tentang bagaimana memaksimalkan indera verbal dan non-verbal untuk mencapai tujuan akhir komunikasi, agar orang lain mengikuti kemauan kita. Maka dalam dramaturgis, yang diperhitungkan adalah konsep menyeluruh bagaimana kita menghayati peran sehingga dapat memberikan *feedback* sesuai yang kita mau.

Pendekatan dramaturgis Goffman khususnya berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Untuk itu setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain. Dalam pengantar bukunya, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Goffman menyatakan: Perspektif yang digunakan dalam laporan ini adalah perspektif pertunjukan teater; prinsip-prinsipnya bersifat dramaturgis. Saya akan membahasa cara individu…menampilkan dirinya sendiri dan aktivitasnya kepada orang lain, cara ia memandu dan mengendalikan kesan yang dibentuk orang lain terhadapnya, dan segala hal yang mungkin atau tidak mungkin ia lakukan untuk menopang pertunjukannya dihadapan orang lain. (Mulyana Dedi 2010: 107)

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 bourgeouis, tetapi betul betul mewakili kelompok elit. Lihat piano besar dan lemari buku dengan satu set Encyclopedia Britannica. Disitu, kita tempelkan juga gambar kita sedang bersalaman dengan Kepalan Negara. (Rakhmat, Jalaluddin. 2011: 94-95)

Sehingga, kita dapat mendefiniskan **pengelolaan kesan** atau ***Impression Management*** sebagai proses dimana persona berusaha menampilkan petunjuk-petunjuk untuk menimbulkan kesan pada diri penanggap melalui tiga hal, yakni

panggung *(setting),* penampilan *(appearance*), dan gaya bertingkah laku *(manner).*

Goffman mengakui bahwa panggung depan mengandung anasir struktural dalam arti bahwa panggung depan cenderung terlembagakan alias mewakili kepentingan kelompok atau organisasi. Sering ketika aktor melaksanakan perannya, peran tersebut telah ditetapkan lembaga tempat dia bernaung. Meskipun berbau struktural, daya tarik pendekatan Goffman terletak pada interaksi. Ia berpendapat bahwa umumnya orang-orang berusaha menyajikan diri mereka yang diidealisasikan dalam pertunjukan mereka di pangung depan, mereka merasa bahwa mereka harus menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukannya. Hal itu disebabkan oleh (Mulyana, Dedi. 2007:116):

1. Aktor mungkin ingin menyembunyikan kesenangan-kesenangan tersembunyi (misalnya meminum minuman keras sebelum pertunjukan).
2. Aktor mungkin ingin menyembunyikan kesalahan yang dibuat saat persiapan pertunjukan, langkah-langkah yang diambil untuk memperbaiki kesalahan tersebut (misalnya sopir taksi menyembunyikan fakta bahwa ia mulai salah arah).
3. Aktor mungkin merasa perlu menunjukan hanya produk akhir dan menyembunyikan proses memproduksinya (misalnya seorang dosen menghabisakan waktu beberapa jam untuk memberi kuliah, namun mereka bertindak seolah-olah telah lama memahami materi kuliah).

4. Aktor mungkin perlu menyembunyikan "kerja kotor" yang dilakukan untuk membuat produk akhir dari khalayak (kerja kotor itu mungkin meliputi tugas-tugas yang "secara fisik kotor, semi-legal, dan menghinakan)[2]

Pada dasarnya humas (Hubungan masyarakat) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang nonkomersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga-lembaga pemerintah, bahkan pesantren dan usaha bersama seperti Gerakan Nasional Orang Tua Asuh (GN-OTA) pun memerlukan humas. Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Arti penting humas sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasi dan "banjir informasi" seperti saat ini.

Tugas utama humas adalah memperlancar proses komunikasi dan pemahaman. humas mencakup riset dan analisis, penyususan kebijakan, pemrogaman, komunikasi, dan umpan balik dari masyarakat yang terkena dampaknya. Praktisi humas bekerja pada dua tingkat yang berbeda, yakni sebagai penasihat bagi klien mereka atau manajemen suatu perusahaan, dan sebagai teknisi yang menampilkan kejamakan fungsi. Seorang humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam

---

[2] *http://meidytian.wordpress.com/2011/11/30/sosiologi-dramaturgi/ 02 Mei 2012 Pkl.19.00 WIB*

upaya-upayanya mempertahankan, menciptakan, dan memelihara pengertian bersama antara organisasi dan masyarakatnya. (Anggoro M.Linggar, 2008: 1)

Humas, yang merupakan terjemahan bebas dari istilah *public relations* atau PR, kedua istilah ini akan dipakai secara bergantian, itu terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya.

Kemampuan berkomunikasi dan penampilan yang baik merupakan senjata utama bagi seorang humas. Karena seorang humas harus bertemu dan menjalin hubungan dengan banyak orang. Seorang humas juga dapat disebut sebagai seorang aktor. Suasana hati yang tidak enak tidak perlu diketahui atau diasakan oleh client atau orang lain. Selain memiliki kemampuan berbahasa dan penampilan yang baik, seorang humas juga harus memiliki wawasan yang luas, jujur, memiliki jiwa kepemimpinan dan kreatif.

Posisi humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi. Sasaran humas adalah publik internal dan eksternal, dimana secara operasional humas bertugas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin terjadi di antara keduanya.

Bandung sebagai tujuan wisata belanja, kuliner, alam, sejarah dan pendidikan/ penelitian mengakibatkan perkembangan hotel yang cukup pesat. Oleh sebab itu makin banyak bermunculan jasa perhotelan dewasa ini. Ketatnya persaingan antar

hotel di Bandung ini membuat humas di bidang perhotelan bekerja ekstra keras untuk dapat menciptakan kesan yang baik yang dapat meraih simpati dan perhatian dari publiknya.

Hotel *The* Ardjuna Bandung adalah salah satu instansi yang bergerak dibidang jasa perhotelan yang menempatkan humas sebagai suatu usaha yang dilakukan untuk menciptakan pengertian publik terhadap seseorang atau organisasi dengan tujuan untuk memperoleh perhatian dari publik akan eksistensi dari Hotel *The* Ardjuna Bandung

Humas Hotel *The* Ardjuna Bandung berusaha untuk senantiasa bisa bekerja dengan professional, membuat kesan yang baik, memiliki pengetahuan dan pengertian, menciptakan ketertarikan, penerimaan dan simpati dari publik, baik itu publik internal maupun eksternal.

Pengelolaan kesan yang dilakukan Humas Hotel *The* Ardjuna Bandung ini, sangat lumrah dilakukan dalam menjalani profesinya guna menunjang citra dari instansi dimana dia bekerja.

Awal mula ketertarikan penulis meneliti kajian dramaturgi seorang humas dilatarbelakangi oleh bidang keilmuan yang penulis pelajari yaitu Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Ilmu Humas, penulis ingin menggali lebih dalam mengenai kehidupan dan perilaku seorang humas dalam proses kehidupannya.

Dari latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1.2.1 Pertanyaan Makro

"**Bagaimana Pengelolaan Kesan Humas Hotel *The* Ardjuna Bandung ?" (Studi Dramaturgi Tentang Pengelolaan Kesan Humas Hotel *The* Ardjuna Bandung)**

1.2.2 Pertanyaan Mikro

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

1. Bagaimana pengelolaan kesan pada kehidupan panggung depan humas Hotel *The* Ardjuna Bandung?
2. Bagaimana pengelolaan kesan pada kehidupan panggung belakang humas Hotel *The* Ardjuna Bandung?
3. Bagaimana pengelolaan kesan humas Hotel *The* Ardjuna Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengkaji Pengelolaan Kesan humas Hotel *The* Ardjuna Bandung dari mulai kehidupan panggung depan, dan panggung belakang humas Hotel *The* Ardjuna Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Agar penelitian ini mencapai hasil yang optimal maka terlebih dahulu perlu tujuan yang terarah dari penelitian ini. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengelolaan kesan pada kehidupan panggung depan humas Hotel *The* Ardjuna Bandung.
2. Untuk mengetahui pengelolaan kesan pada kehidupan panggung belakang humas Hotel *The* Ardjuna Bandung.
3. Untuk mengetahui pengelolaan kesan humas Hotel *The* Ardjuna Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara teoritis Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian di atas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan secara teoritis memberikan manfaat besar bagi keilmuan psikologi komunikasi yang mengkaji tentang pengelolaan kesan seorang humas, Sehingga pada akhirnya, penelitiaan ini menyumbangkan keilmuan untuk mengembangkan pemahaman dan studi yang berhubungan dengan masalah kehumasan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a) Kegunaan Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan serta sebagai salah satu rujukan untuk meneliti lebih lanjut dari sisi dan masalah penelitian yang sama dalam konteks psikologi komunikasi.

b) Kegunaan Bagi Universitas

Untuk pihak universitas khususnya program studi Ilmu Komunikasi konsentrasi humas berguna sebagai literatur bagi peneliti selanjutnya yang akan mengadakan penelitian yang sama.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk seluruh mahasiswa untuk meningkatan pengetahuan mahasiswa memberikan pengetahuan tentang pengelolaan kesan seorang humas

c) Kegunaan bagi Objek Penelitian

Bagi objek yang diteliti yaitu, humas Hotel *The* Ardjuna Bandung, penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan evaluasi mengenai pentingnya pengelolaan kesan seorang humas