BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Terhadap Penelitian Terdahulu

Penulis melakukan penelaahan terhadap penulisan terdahulu yang tentunya berkaitan dengan penulisan yang akan dilakukan penulis. Dengan membandingkan penulisaan terdahulu dengan penelitian yang serupa, membuat penulis lebih mengerti, mendapatkan rujukan pendukung, dan pembanding dalam penyusunan skripsi agar lebih mengerti dan memadai.

Adapun penelitian serupa dengan penulis kaji yaitu mengenai studi dramaturgi diantaranya adalah dengan judul "PENGELOLAAN KESAN PENGAMEN DI KOTA BANDUNG" dengan subjudul studi dramaturgi mengenai pengelolaan kesan pengamen topeng dalam menjalani kehidupannya di kota Bandung oleh Aan Mulyadi, mahasiswa Ilmu Komunikasi konsentrasi humas UNIKOM angkatan 2008. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2012. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi dramaturgi.

Hasil penelitian ini adalah pengamen topeng menjalankan tiga panggung kehidupan. Pada panggung depan, memainkan perannya hasil dari peniruan aktifitas individu dan melakukan interaksi bersifat nonverbal. Panggung tengah, merupakan area yang digunakan untuk bertukar pikiran,

mempersiapkan sebelum melakukan kegiatan, dan belajar untuk lebih memilki mental yang kuat saat berada di panggung depan. Pada panggung belakang, pengamen topeng ini ada kecenderungan menampilkan perilaku yang biasa dilakukan pada panggung depan pada saat-saat tertentu.

Penelitian lainnya yaitu dengan judul "PENGELOLAAN KESAN PEMAIN KOSTUM KARTUN JEPANG DALAM EVENT "*SECOND ANNIVERSARY COSPLAY* BANDUNG" DI BRAGA CITYWALK" dengan subjudul studi dramaturgis dengan pendekatan interaksi simbolik mengenai pengelolaan kesan pemain kostum kartun jepang dalam event "*Second Anniversary Cosplay* Bandung" di Braga Citywalk oleh Maria Mawati Puspa, mahasiswi Ilmu Komunikasi konsentrasi Humas UNIKOM angkatan 2007. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2011. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi dramaturgi.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa dalam panggung belakang para pemain bebas melakukan apapun, tanpa membicarakan semua hal tentang panggung depan. Panggung tengah, semua *cosplayer* melakukan pengelolaan kesan dengan cara latihan sebelum melakukan pentas pada panggung depan. Panggung depan, semua pemain melakukan pengelolaan kesan dan menjalankan perannya yang sudah dipersiapkan sebelumnya untuk mendapatkan kesan yang diinginkan.

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Komunikasi merupakan bagian dari kehidupan manusia, dan menjadi kebutuhan untuk menunjang kebutuhan-kebutuhan. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak mampu untuk hidup sendiri, untuk itu manusia membutuhkan interaksi dengan individu lainnya. Dalam interaksi itulah terjadi sebuah komunikasi yang disadari ataupun tidak bahkan terjadi dihampir setiap waktu ketika kita bersinggungan dengan lingkungan sekitar. Komunikasi tersebut dapat berupa komunikasi verbal maupun non verbal. Sebagaimana dikatakan, manusia tidak dapat bertahan hidup jika tidak menjalin komunikasi dengan individu lainnya.

Dapat dikatakan bahwa didalam kehidupan, komunikasi adalah persyaratan yang utama dalam kehidupan manusia. Tidak ada manusia yang melepaskan hidupnya untuk berkomuikasi antar sesama. Dengan seperti itu, komunikasi sosial sangat penting dalam kehidupan manusia pada umumnya untuk membantunya berinteraksi dengan sesama, karena manusia tercipta sebagai mahluk sosial.

2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio,* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau

berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapan.

Pendapat lain juga diungkapkan oleh Shanon dan Weaver yang menyatakan bahwa komunikasi adalah :

> "Bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi" (Wiryanto, 2004 :7).

Untuk memahami pengertian komunikasi tersebut sehingga dapat dilancarkan secara efektif dalam Effendy (1994:10) bahwa para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, The Structure and Function of Communication in Society. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi

Setiap individu dalam berkomunikasi pasti mengharapkan tujuan dari komunikasi itu sendiri, secara umum tujuan berkomunikasi adalah mengharapkan adanya umpan yang diberikan oleh lawan berbicara kita serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Onong Uchjana dalam buku " Ilmu Komunikasi

Teori dan Praktek" mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu:

> "a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.
>
> b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita memberi jalur ke timur.
>
> c. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
>
> d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan."(Effendy, 1993 : 18)

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Serta tujuan yang utama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

Adapula Pendapat Wilbur Schramm, menyatakan bahwa tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif kepentingan yakni: kepentingan sumber atau pengirim atau komunikator dan kepentingan penerima atau komunikan. Dengan demikian maka tujuan komunikasi yang ingin dicapai dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Tujuan Komunikasi dari sudut kepentingan sumber

a. Memberikan Informasi

b. Mendidik

c. Menyenangkan atau menghibur

d. Menganjurkan suatu tindakan atau persuasi

2 Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan penerima

a. Memahami Informasi

b. Mempelajari

c. Menikmati

d. Menerima atau menolak anjuran (Sendjaja, 2004:2)

Menurut Onong Uchjana Effendy, tujuan dari komunikasi adalah:

1. Perubahan sikap (*attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*behavior change*)
4. Perubahan sosial (*social change*). (Effendy, 2003: 8)

Sedangkan tujuan komunikasi pada umumnya menurut H. A. W. Widjaja adalah sebagai berikut:

> a. Supaya yang disampaikan dapat dimengerti. Sebagai komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara atau penyampai pesan (komunikator).

b. Memahami orang Sebagai komunikator harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya. Jangan hanya berkomunikasi dengan kemauan sendiri.

c. Supaya gagasan dapat diterima oleh orang lain Komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak.

d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki (Widjaja, 2000: 66).

Jadi, secara keseluruhan dapat dipahamai bahwa tujuan dari komunikasi tidak terlepas dari bagaimana manusia mengisi hidupnya dalam pola interaksi sosial yang tercipta antara satu dengan lainnya. Baik untuk aktualisasi diri, interaksi, eksistensi, ekspresi, apresiasi maupun menciptakan esensi dalam hidupnya.

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi Menurut Widjaja dalam karyanya "Ilmu Komunikasi : pengantar studi" apabila dipandang dari arti yang lebih luas adalah sebagai berikut :

1. Informasi.
2. Sosialisasi.
3. Motivasi.
4. Perdebatan dan diskusi.
5. Pendidikan.
6. Memajukan kehidupan.
7. Hiburan.

8. Integrasi. (Widjaja, 2000: 59-60)

Komunikasi merupakan ajang pertukaran informasi bagi masyarakat dimana masyarakat merupakan manusia yang memerlukan sosialisasi didalam kehidupannya. Dengan komunikasi juga dapat mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

2.1.2.4 Sifat Komunikasi

Sifat komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy (dalam Dicky, 2010) ada beberapa macam, yaitu sebagai berikut:

1. Tatap muka (*face-to-face*)

2. Bermedia (*mediated*)

3. Verbal (verbal)

a. Lisan (*oral*)
b. Tulisan (*written/priated*)

4. Nonverbal

a. Gerakan /isyarat badaniah (*gestural*)
b. Bergambar (*pictorial*).

Komunikator dituntut untuk memiliki kemampuan dan sarana agar mendapatkan umpan balik (feedback) dari komunikan, sehingga maksud dari pesan yang tersampaikan dapat berjalan dengan efektif. Komunikasi dengan tatap muka (*face-to-face*) dilakukan antara komunikator dengan komunikan secara langsung, tanpa menggunakan media apapun kecuali bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

2.1.3 Tinjauan Tentang Psikologi Komunikasi

Bila dilihat dari catatan sejarah perkembangannya, komunikasi dibesarkan oleh para peneliti psikologi. Tiga dari empat tokoh ilmu komunikasi, diantaranya adalah Wilbur Schramm (dalam Rakhmat, 2001: 2-3) adalah sarjana psikologi. Kurt Lewin adalah ahli psikologi dinamika kelompok. Carl I. Hovland yang definisi komunikasinya banyak dihafal mahasiswa komunikasi di Indonesia, adalah seorang yang dididik dalam psikologi, dan selama hidupnya memilih karir psikologi. Semua aliran besar dalam psikologi diwakili oleh para peletak dasar ilmu komunikasi. Komunikasi bukan termasuk pada subdisiplin dari psikologi. Sebagai ilmu, komunikasi menembus banyak disiplin ilmu. Sebagai perilaku, komunikasi dipelajari bermacam-macam disiplin ilmu, antara lain sosiologi dan psikologi. Hovland, Janis, dan Kelly, mendefinisikan komunikasi sebagai "*the process bu which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal)*

to modify the behaviour of other individuals (the audience). Dance (1967) mendefinisikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha "menimbulkan respons melalui lambang-lambang verbal", ketika lambang-lambang verbal tersebut bertindak sebagai stimuli. Dalam kamus psikologi, *Dictionary of Behavioral Science*, menyebutkan enam pengertian komunikasi, diantaranya:

> *Communication* 1) *The transmission of energy change from one place of another as in the nervous system or transmission of sound waves.* (Penyampaian perubahan energi dari satu tempat ke tempat yang lain seperti dalam sistem saraf atau penyampaian gelombang-gelombang suara. 2) *The transmission or reception of signals or messages by organisms.* (Penyampaian atau penerimaan signal atau pesan oleh organisme. 3) *The transmitted message.* (Pesan yang disampaikan). 4) (*Communication theory). The process whereby system influences another system through regulation of the transmitted signals.* (Proses yang dilakukan satu sistem untuk mempengaruhi sistem yang lain melalui pengaturan signal-signal yang disampaikan. 5) (K. Lewin) *The influence of one personal region on another whereby a change in one results in a corresponding change in the other region*. (Pengaruh satu wilayah persona pada wilayah persona yang lain sehingga perubahan dalam satu wilayah menimbulkan perubahan yang berkaitan pada wilayah lain. 6) *The message of a patient to his therapist in psychotherapy. (*Pesan pasien kepada pemberi terapi dalam psikoterapi. (Wolman, dalam Rakhmat, 2001: 4)

Dari pengertian di atas menunjukkan rentangan makna komunikasi digunakan daam ranah psikologi. Jadi Psikologi menyebut komunikasi sebagai penyampaian energi dari alat-alat indera ke otak, pada peristiwa penerimaan dan pengolahn informasi, pada proses saling pengaruh di antara berbagai sistem dalam diri organisme dan di antara organisme.

Psikologi menganalisa seluruh komponen yang terlibat dalam proses komunikasi. Pada diri peserta komunikasi, psikologi memberikann karakteristik manusia serta faktor internal ataupun eksternal yang mempengarui perilaku komunikasi. Sedangkan pada pihak yang menyampaikan pesan, psikologi melacak sifat-sifatnya memikirkan penyebab dari keberhasilan salah satu sumber komunikasi dalam mempengaruhi orang lain, sedangkan yang lainnya tidak bisa. Fisher menyebut ada empat ciri pendekatan psikologi pada komunikasi, yaitu: penerimaan stimuli secara indrawi (*sensory reception of stimuli*), proses yang mengantarai stimuli dan respons (*iinternal mediation of stimuli).* Prediksi respons (*prediction of response*), dan peneguhan respons (*reinforcement of responses*). Psikologi memandang bagaimana respons yang telah terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respons yang akan datang. Kita harus mengetahui bagaimana sejarah respon sebelum meramalkan pada masa ini. Dari sinilah timbul perhatian pada gudang memori (*memory storage*) dan *set* (penghubung masa lalu dan masa sekarang), dan yang menjadi unsur sejarah respon yaitu peneguhan (respons lingkungan atau orang lain pada respons organisme yang asli). Berbagai anggapan tentang psikologi muncul.

Ada yang menyebutkan bahwa psikologi hanya tertarik pada perilaku yang tampak saja, sedangkan yang lain tidak dapat mengabaikan peristiwa-peristiwa mental. Ada juga yang menyebutkan psikolog hanya ingin memerikan apa yang dilakukan orang, dan sebagian lagi ingin meramalkan

apa yang akan dilakukan orang. Selain itu sebagian lagi menyatakan bahwa psikologi baru dikatakan sains bila sudah mampu mengendalikan perilaku orang lain. George A. Miller mendefinisikan psikologi: "Psychology is the science that attempts to describe, predict, and control mental and behavioral events" (Miller, dalam Rakhmat, 2001:9). Psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan behavioral dalam komunikasi. Peristiwa mental adalah proses yang terjadi pada manusia. Fisher menyebutkan "*internal mediation of stimuli*", sebagai akibat berlangsungnya komunikasi. Sedangkan peristiwa behavioral adalah apa yang nampak ketika orang berkomunikasi (Rakhmat, 2001: 1-9).

Manusia terbentuk bukan karena lingkungan, akan tetapi oleh cara dia menerjemahkan pesan-pesan lingkungan yang diterima. Dengan melakukan komunikasi kita akan menemukan siapa diri kita, mengembangkan sebuah konsep diri, dan menetapkan hubungan dengan dunia sekitar. Tentu saja kita dalam berkomunikasi diharapkan terjadinya komunikasi yang efektif, karena itu adalah tujuan dari dilakukannya komunikasi. Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia (dalam Rakhmat, 2001:13) komunikasi yang efektif menimbulkan lima hal diantaranya adalah:

1. Pengertian

Pengertian adalah penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksud oleh komunikator. Namun kegagalan menerima isi pesan sering

kali terjadi, istilahnya disebut kegagalan komunikasi primer (*primary breakdown in communication*). Untuk menghindari hal tersebut, kita perlu memahami paling tidak psikologi pesan dan psikologi komunikator.

2. Kesenangan

Komunikasi itu hanya dilakukan untuk mengupayakan agar orang lain merasa apa yang disebut analisis transaksional sebagai "Saya oke, kamu oke". Komunikasi ini dikenal dengan komunikasi fatis (*phatic communication*), yang dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan, dengan tujuan untuk menjadikan hubungan menjadi lebih dekat, hangat, akrab, dan menyenangkan.

3. Mempengaruhi Sikap

Dalam komunikasi pasti sering kali terjadi mempengaruhi orang lain karena salah satu sifat komunikasi yaitu persuasif. Arti kata persuasi itu sendiri adalah proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri" (Kamus Ilmu Komunikasi dalam Rakhmat, 2001: 14).

4. Hubungan Sosial yang Baik

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup dalam kesendirian, pasti membutuhkan orang lain dan membina hubungan tersebut dengan hal-hal yang positif. Dalam membina hubungan pasti terjadinya

komunikasi, yang ditujukan untuk menumbuhkan hubungan sosial yang baik. Dalam kehidupan sosial, dibutuhkannya suatu kebutuhan sosial, yaitu kebutuhan untuk menumbuhkan dan mempertahankan hubungan yang memuaskan dengan orang lain dalam hal interaksi dan asosiasi (*inclusion*), pengendalian dan kekuasaan (*control*), dan cinta serta kasih sayang (*affection*).

5. Tindakan

Berkaitan dengan persuasi sebagai komunikasi, tidak hanya untuk mempengaruhi sikap saja, melainkan untuk melahirkan suatu tindakan yang dikehendaki. Tindakan adalah hasil kumulatif seluruh proses komunikasi. Untuk menimbulkan tindakan, kita harus berhasil terlebih dahulu menanamkan pengertian, membentuk dan mengubah sikap atau menumbuhkan hubungan yang baik.

Perilaku manusia sangat dipengaruhi oleh dua faktor, personal dan situasional. Faktor personal meliputi faktor biologis, essensinya yaitu warisan biologis manusia menentukan perilakunya, dapat diawali sampai struktur DNA yang menyimpan seluruh memori warisan biologis yang diterima dari kedua orang tuanya. Begitu besarnya pengaruh warisan biologis ini sampai muncul aliran baru, yang memandang segala kegiatan manusia, termasuk agama, kebudayaan, moral, berasal dari struktur biologinya. Faktor yang kedua adalah faktor sosiopsikologis. Manusia makhluk sosial, oleh karena itu dari proses sosial yang dilakukan

diperolehnya beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilaunya. Kita dapat mengklasifikasikannya ke dalam tiga komponen, yakni komponen afektif, komponen kognitif, dan komponen konatif. Komponen yang pertama, yang merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis, didahulukan karena erat kaitannya dengan pembicaraan sebelumnya. Komponen kognitif adalah aspek intelektual, yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Komponen konatif adalah aspek volisional, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak. Kita mulai dengan komponen afektif yang terdiri dari motif sosiogenis, sikap dan emosi.

1. Motif Sosiogenis

   Sering juga disebut motif sekunder sebagai lawan motif primer (motif biologis). Peranannya dalam membentuk perilaku sosial bahkan sangat menentukan. Klasifikasi motif sosiogenis diantaranya:

   W.I Thomas dan Florian Znaniecki :

   a. Keinginan memperoleh pengalaman baru

   b. Keinginan untuk mendapat respons

   c. Keinginan akan pengakuan

   d. Keinginan akan rasa aman

   David McClelland :

   a. Kebutuhan berprestasi (*need for achievement*)

   b. Kebutuhan akan kasih sayang (*need for affiliation*)

   c. Kebutuhan berkuasa (*need for power*)

Abraham Maslow :

a. Kebutuhan akan rasa aman (*safety needs)*
b. Kebutuhan akan keterikatan dan cinta (*belongingness and love needs*)
c. Kebutuhan akan penghargaan (*esteem needs*)
d. Kebutuhan untuk pemenuhan diri

Melvin H. Marx :

1. Kebutuhan organismis :
   - Motif ingin tahu (*curiosity*)
   - Motif kompetensi (*competence*)
   - Motif prestasi (*achievement*)

   2. Motif-Motif sosial :
   - Motif kasih sayang (*affiliation*)
   - Motif Kekuasaan (*power*)
   - Motif Kebebasan (*independence*)
2. Sikap

   Sikap adalah konsep yang paling penting dalam psikologi sosial dan yang paling banyak didefinisikan. Definisi sikap yaitu kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap. Objek sikap

dapat berupa benda, orang, tempat, gagasan atau situasi atau kelompok.

3. Emosi

Emosi menunjukkan kegoncangan organisme yang disertai oleh gejala-gejala kesadaran, keperilakuan dan proses fisiologis. Bila orang yang dicintai mencemoohkan kita, maka kita akan bereaksi secara emosional karena kita mengetahui makna cemoohan itu (kesadaran). Jantung kita akan berdetak lebih cepat, kulit memberikan respons dengan mengeluarkan keringat, dan napas terengah-engah (proses fisiologis)

Selain faktor personal, ada juga faktor situasional yang memperngaruhi perilaku manusia. Menurut Edward G. Sampson (dalam Rakhmat, 2001) klasifikasi faktor situasional diantaranya yaitu :

I. Aspek-aspek objektif dari lingkungan
   a. Faktor ekologis
      - Faktor geografis
      - Faktor iklim dan meteorologis
   b. Faktor desain dan arsitektural
   c. Faktor temporal
   d. Analisis Suasanan perilaku
   e. Faktor teknologis

f. Faktor sosial

- Struktur organisasi
- Sistem peranan
- Struktur kelompok
- Karakteristik populasi

II. Lingkungan psikososial seperti dipersepsi oleh kita

- Iklim organisasi dan kelompok
- Ethos dan iklim institusional dan kultural

III. Stimuli yang mendorong dan memperteguh perilaku

- Orang lain
- Situasi pendorong perilaku

2.1.4 Tinjauan Tentang Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik dapat dikatakan berupa pertukaran simbol yang diberi makna (Mulyana, 2008: 68). Hal ini berhubungan dengan permainan peran oleh individu tertentu. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia.

Munculnya suatu studi tentang interaksi simbolik dipengaruhi oleh teori evolusi milik Charles Darwin. Darwin menekankan pandangan bahwa semua perilaku organisme, termasuk perilaku manusia, bukanlah perilaku yang acak,

melainkan dilakukan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan mereka masing-masing. Teori evolusi juga menyatakan bahwa setiap organisme dan lingkungannya serasi dalam suatu hubungan dialektik. Artinya, cara lingkungan berpengaruh terhadap organisme antara lain dibentuk oleh alam, pengalaman lalu, dan aktifitas yang dilakukan organisme saat itu.

Beberapa ilmuwan mempunyai andil sebagai perintis dari interaksionisme simbolik, yaitu James Mark Baldwin, William James, Charles Horton Cooley, John Dewey, William I. Thomas, dan George Herbert Mead. Mead adalah sebagai peletak dasar teori tersebut. Pada masa Herbert Blumer, istilah interaksi simbolik dipopulerkan pada tahun 1937. Dalam interaksi simbolik, Blumer melihat individu sebagai agen yang aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit serta sulit diramalkan dan memberi tekanan pada sebuah mekanisme yang disebut interaksi diri yang dianggap membentuk dan mengarahkan tindakan individu. Interaksi diri memberikan pemahaman bahwa pemberian makna merupakan hasil pengelolaan dan perencanaan dari aspek kognitif dalam diri individu. Ketika individu itu melakukan suatu proses olah pikir sebelum makna itu disampaikan melalui simbol-simbol tertentu, interpretasi makna bisa dipastikan akan berjalan dengan yang diharapkannya.

Interaksi simbolik menurut Blumer, merujuk pada karakter interaksi khusus yang berlangsung antarmanusia. Aktor tidak semata-mata beraksi terhadap tindakan yang lain, tetapi juga menafsirkan dan mendefenisikan setiap tindakan orang lain. Respon aktor baik secara langsung maupun tidak

langsung, selalu didasarkan atas makna penilaian tersebut. Maka dari itu, interaksi manusia dijembatani oleh penggunaan simbol-simbol penafsiran atau dengan menemukan makna tindakan oran lain. Dalam konteks itu, menurut Blumer, aktor akan memilih, memeriksa, berpikir, mengelompokkan, dan mentransformasikan makna dalam kaitannya dengan situasi di mana dan ke arah mana tindakannya.

Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna (Mulyana, 2008: 68). Perspektif ini berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka Menurut teori interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah "interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol". Mereka tertarik pada cara manusia menggunakan simbol-simbol yang merepresentasikan 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. Penganut interaksionisme simbolik berpandangan, perilaku manusia pada dasarnya adalah produk dari interpretasi mereka atas dunia di sekeliling mereka, jadi tidak mengakui bahwa perilaku itu dipelajari atau ditentukan (Mulyana, 2008).

Erving Goffman, salah seorang yang mencoba memperjelas dari pengklarifikasian dari proses interaksi simbolik. Pandangan Blumer bahwa individu-lah yang secara aktif mengontrol tindakan dan perilakunya, bukan lingkungan, dirasa kurang tajam pada masanya. Interaksi simbolik hanya sebatas pada "individu memberi makna", Goffman memperluas pemahamannya bahwa ketika individu menciptakan simbol, disadari atau tidak, individu tersebut bukan lagi dirinya.

Menurut Goffman, ketika simbol-simbol tertentu sebelum dipergunakan oleh individu sebagai sebuah tindakan yang disadari (dalam perencanaan), berarti ia juga telah menjadikan dirinya sebagai "orang lain", karena ketika individu tersebut mencoba symbol-simbol yang tepat untuk mendukung identitas yang akan ditonjolkannya, ada simbol-simbol lain yang disembunyikan atau "dibuang". Ketika individu tersebut telah memanipulasi cerminan dirinya menjadi orang lain, berarti ia telah memainkan suatu pola teateris, peng-aktor-an yang berarti dia merasa bahwa ada suatu panggung dimana ia harus mementaskan suatu tuntutan peran yang sebagaimana mestinya telah ditentukan dalam skenario, bukan lagi pada tuntutan interaksi dirinya, simbol-simbol yang diyakini dirinya mampu memberikan makna, akan terbentur pada makna audiens. Artinya bukan dirinya lagi yang memaknai identitasnya, tetapi bergantung pada orang lain.

Maka berangkat dari sinilah yang memicu Erving Goffman untuk mengoreksi dan mengembangkan Teori Interaksionisme Simbolik secara lebih jauh dengan mengklarifikasikan konteks dari berlangsungnya interaksi tersebut. Bertindak dalam cara yang berbeda dan dalam pengaturan yang berbeda, yaitu secara teateris.

Melalui pandangannya terhadap interaksi sosial, dijelaskan bahwa pertukaran makna di antara individu-individu tersebut disebabkan pada tuntutan pada apa yang orang harapkan dari kita untuk kita lakukan. Lalu, ketika dihadapkan pada tuntutan itu, maka orang melakukan pertunjukan (performance) di hadapan khalayak, bukan lagi individu lain. Memainkan simbol dari peran tertentu di suatu panggung pementasan.

2.1.5 Tinjauan Tentang Presentasi Diri dan Pengelolaan Kesan

Presentasi diri adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada (Mulyana, 2008: 110). Maksud dari definisi tersebut bisa diartikan sebagai upaya individu untuk menumbuhkan suatu kesan yang diharapkan di hadapan orang lain dengan cara menata perilaku-perilaku agar dapat dimaknai identitas dirinya sesuai dengan yang diinginkan. Pada proses produksi identitas, ada suatu pertimbangan yang dilakukan mengenai atribut simbol yang dikenakan dan mampu mendukung identitas yang ditampilkan secara menyeluruh, seperti

busana yang dipakai, cara berjalan dan berbicara, rumah yang kita huni dan cara kita melengkapi perabotan rumah, pekerjaan yang kita lakukan dan cara kita menghabiskan waktu luang (Mulyana, 2008:112).

Dalam teori diri, Goffman berpendapat bahwa, diri adalah "suatu hasil kerjasama" (*collaborative manufacture*) yang harus diproduksi-baru dalam setiap peristiwa interaksi sosial. Kutipan kata-kata yang dilontarkan oleh Goffman tentang diri (dalam Mulyana, 2008:109),

> "Diri bukan sesuatu bersifat organik yang memiliki lokasi tertentu ... Dalam menganalisis diri kita terseret dari pemiliknya, dari orang yang paling untung atau paling rugi olehnya, karena ia dan tubuhnya sekadar menyediakan pasak tempat bergantung suatu hasil kerjasama untuk sementara waktu ... sarana memproduksi dan memupuk *diri* tidak berada di dalam pasak"

Diri menurut Goffman bersifat temporer dalam arti bahwa *diri* tersebut memiliki jangka pendek, bermain peran karena selalu dituntut oleh peran-peran sosial yang berlainan yang interaksinya dengan masyarakat berlangsung dalam episode-episode pendek. Selain itu juga, *diri* bukanlah sesuatu yang dimiliki oleh seorang individu, melainkan yang dipinjamkan orang lain kepadanya.

Goffman mengembangkan konsep *diri*, yang tidak terlepas dari pengaruh gagasan Cooley tentang *the looking glass self* yang terdiri dari tiga komponen, yaitu:

1. Kita membayangkan bagaimana kita tampil bagi orang lain;

2. Kita membayangkan bagaimana penilaian mereka atas penampilan kita;

3. Kita mengembangkan sejenis perasaan-diri, seperti kebanggaan atau malu, sebagai akibat membayangkan penilaian orang lain tersebut.

Bertolak dari gagasan dari Cooley, bahwa melalui imajinasi-lah, kita mempersepsi dalam pikiran orang lain suatu gambaran tentang penampilan kita, perilaku, tujuan, perbuatan, karakter, kawan-kawan kita, dan sebagainya, dan dengan berbagai cara kita terpengaruh olehnya (Mulyana, 2008: 108). Cooley mendefinisikan diri sebagai suatu yang dirujuk dalam pembicaraan biasa melalui kata ganti orang pertama tunggal, yaitu "aku" (*I*), "daku" (*me*), "milikku" (*mine*), dan "diriku" (*myself*).

Dalam pengembangan *diri*, bisa diamati pada anak-anak. Menurut Mead, perkembangan *diri* terdiri dari dua tahap, yaitu tahap permainan (*play stage*) dan tahap pertandingan (*game stage*). Tahap permainan adalah perkembangan pengambilan peran bersifat elementer yang memungkinkan anak-anak melihat diri mereka sendiri dari perspektif orang lain yang dianggap penting (*significant other*), khususnya orang tua mereka. Tahap ini bisa dilihat spontanitas perilaku anak. Sedangkan tahap pertandingan berasal

dari proses pengambilan peran dan sikap orang lain secara umum (*reference group*), yaitu masyarakat umum.

Ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran-diri yang akan diterima orang lain. Goffman menyebut upaya tersebut itu sebagai "pengelolaan kesan" (*impression management*), yaitu teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam buku *Psikologi Komunikasi* karya Jalaluddin Rakhmat, proses pembentukan kesan ada tiga, yaitu (Rakhmat, 2001: 91-96):

1. *Stereotyping*

Pada saat guru menghadapi murid-murid yang sudah jelas bersifat heterogen, ia akan mengelompokkan pada konsep-konsep tertentu, seperti cerdas, pintar, bodoh, malas, rajin, cantik, atau jelek. Penggunaan konsep ini menyederhanakan begitu banyak stimuli yang diterimanya. Tetapi, begitu anak-anak itu diberi kategori cerdas, persepsi guru terhadapnya akan konsisten. Semua sifat anak cerdas akan dikenakan pada mereka. Inilah yang disebut *stereotyping*. Dengan kata lain, *stereotype* adalah mengelompokan atau proses pencantuman label terhadap sesuatu berdasarkan pengalaman, atau pengetahuan yang tersimpan di dalam memori seseorang.

Dalam *stereotyping* akan terjadinya *primacy effect* dan *halo effect*. *Primacy effect* adalah menunjukan bahwa kesan pertama sangat menentukan dikarenakan kesan tersebut menentukan kategori. Sedangkan *halo effect*,

persona stimuli yang sudah kita senangi telah mempunyai kategori tertentu yang positif, dan pada kategori itu sudah disimpan semua sifat yang baik. (Rakhmat, 2001: 92)

2. *Implicit Personality Theory*

Setiap orang mempunyai konsepsi tersendiri tentang sifat-sifat apa berkaitan dengan sifat-sifat apa. Ketika membuat konsep, sama dengan memberikan kategori pada suatu hal. Konsepsi ini merupakan teori yang dipergunakan orang ketika membentuk kesan tentang orang lain. Salah satu contohnya yaitu, konsep "bersahabat" meliputi konsep-konsep ramah, suka menolong, tidak jahat, dan lain-lain. Kita mempunyai asumsi orang ramah pasti suka menolong, toleran, tidak jahat, dan tidak akan mencemooh.

3. *Atribusi*

Atribusi adalah proses menyimpulkan motif, maksud, dan karakteristik orang lain dengan melihat pada perilakunya yang tampak. Ada dua jenis atribusi, yaitu kausalitas dan kejujuran. Menurut Fritz Heider (1958) orang yang pertama menelaah kausalitas, mendefinisikannya sebagai proses pemahaman sebab orang berperilaku. Ketika akan mengamati perilaku sosial, pertama-tama tentukan faktor penyebabnya, situasional (eksternal) atau personal (internal).

Menurut Jones dan Nisbett untuk mengetahui faktor yang termasuk internal atau eksternal, ada dua hal yang harus diperhatikan ketika sedang memahami motif persona stimuli. Pertama, fokuskan perhatian pada perilaku

yang hanya memungkinkan satu atau sedikit penyebab. Kedua, pusatkan perhatian pada perilaku yang menyimpang dan pola perilaku yang biasa.

Ada sebuah teori atribusi yang diperkenal oleh Harold Kelley (1972, 1973). Menurutnya pada saat penyimpulan kausalitas internal atau eksternal, kita dapat memperhatikan tiga hal. Pertama adalah *konsensus*, apakah orang lain bertindak sama seperti penanggap. Kedua adalah *konsistensi*, apakah penanggap bertindak yang sama pada situasi lain. Ketiga adalah *kekhasan* (*distinctiveness),* apakah orang itu bertindak yang sama pada situasi lain, atau hanya pada situasi ini saja.

Seseorang dapat disimpulkan sebagai persona stimuli jujur atau munafik, menurut Robert A. Baron dan Donn Byrne (dalam Rakhmat, 2001: 95) dapat memperhatikan dua hal. Pertama, sejauhmana pernyataan orang itu menyimpang dari pendapat yang populer dan diterima orang. Kedua, sejauhmana orang itu memperoleh keuntungan dari kita dengan pernyataannya itu.

Setelah mengetahui proses pembentukan kesan, maka pengelolaan kesan adalah suatu usaha persona stimuli dalam menampilkan petunjuk-petunjuk tertentu untuk menimbulkan kesan tertentu pada diri penanggap. Peralatan yang digunakan pada saat akan menampilkan diri disebut *front* yang terdiri dari panggung (*setting),* penampilan (*appearance*), dan gaya bertingkah-laku (*manner*). Panggung adalah rangkaian peralatan ruang dan benda yang akan digunakan. Penampilan berarti menggunakan petunjuk

artifaktual, seperti menggunakan dasi pada kemeja merk terkenal, sepatu mengkilat, pada saat akan bertemu calon mertua dan berharap akan dinilai sebagai orang yang mapan. Gaya bertingkah laku menunjukkan cara kita berjalan, duduk, berbicara, memandang, dan sebagainya. Contoh seorang yang baru mendapatkan jabatan yang tinggi, akan mengurangi humornya, berbicara teratur dan baku, berjalan tegap, karena dia ingin menumbuhkan kharismanya.

Erving Goffman menyebut aktivitas untuk mempengaruhi orang lain itu sebagai pertunjukkan (*performance*), yaitu presentasi diri yang dilakukan individu pada ungkapan-ungkapan yang tersirat, suatu ungkapan yang lebih bersifat teateris, kentekstual, non-verbal dan tidak bersifat intensional (Mulyana, 2008: 112-113).

Goffman menyatakan bahwa hidup layaknya teater yang di dalamnya terdapat aktor (individu) dan penonton (masyarakat). Dalam pelaksanaannya, selain panggung tempat pementasan peran, juga memerlukan ruang ganti yang berfungsi utuk mempersiapkan segala sesuatunya sebelum melakukan kegiatan pentas. Pada saat di dalam panggung, individu akan menggunakan simbol-simbol yang berkaitan untuk memperkuat identitas karakternya, tetapi ketika masa pementasannya selesai, maka di belakang panggung akan terlihat tampilan yang sebenarnya dari individu tersebut. Kehidupan seperti teater dikaji dalam studi dramaturgi.

2.1.6 Tinjauan Tentang Budaya Pop

Budaya populer tersusun dari dua istilah, yaitu "budaya" dan juga "pop". Tiga pemahaman tentang budaya menurut Raymond Williams adalah, suatu proses umum perkembangan intelektual, spiritual dan estetis. Selain proses, budaya juga berarti suatu pandangan hidup tertentu dari masyarakat, periode atau kelompok tertentu yang tidak hanya melihat perkembangan intelektual, spiritual, dan estetis melainkan sastra, hiburan, olah raga, dan upacara ritual agama tertentu. Budaya juga bisa berupa karya dan pratik-praktik intelektual, terutama aktivitas artistik berupa teks-teks dan praktik prakti yang memiliki fungsi untuk menciptakan makna tertentu seperti puisi, novel balet, opera, dan lukisan. Dapat disimpulkan dari ketiga pemaknaan tersebut bahwa budaya bisa dipahami sebagai suatu kebiasaan yang berupa praktik-praktik dalam keseharian dan sudah menjadi sebuah kebiasaan. (John Storey dalam Rhoma, 2009: 1)

Kata "pop" berasal dari "populer" yang dalam arti sederhananya yaitu disukai oleh banyak orang, apabila dikaitkan dengan budaya yaitu budaya yang disukai oleh banyak orang. Menurut Williams[1], ada empat makna yang terkandung pada kata tersebut. Pertama, banyak disukai orang. Kedua, jenis kerja rendahan. Ketiga, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang. Keempat, budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri.

[1] Budaya Populer. http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/JUR._PEND._SEJARAH/195704081984031-DADANG_SUPARDAN/BUDAYA_POPULER.pdf diakses pada tanggal 8 April 2013. 08.10

Storey membedakan antara budaya pop dan budaya tinggi. Budaya pop adalah budaya komersil sebagai dampak dari produksi massal, dan mendapatkkan pengawasan khusus karena nilai moral dan estetis rendah, sedangkan budaya tinggi adalah kreasi hasil produksi individu yang mengandung nilai lebih tinggi (John Storey dalam Rhoma, 2009: 2)

Budaya populer pada konteks tertentu juga didefinisikan sebagai budaya massa, yaitu budaya yang diproduksi massa untuk dikonsumsi massa. Budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan oleh industri produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak konsumen. Budaya populer juga dikaitkan dengan konsep hegemoni Antonio Gramsci, mengacu pada cara kelompok dominan dalam suatu masyarakat mempengaruhi dan mendapatkan dukungan dari kelompok subordinat melalui proses kepemimpinan, intelektual, dan moral atas praktik-praktik budaya.[2]

Roh dari budaya pop adalah kecepatan, kepraktisan, dan efisiensi. Sebuah sistem yang mengedepankan kemudaan, temuan baru dengan semangat siap untuk digunakan, dan berlaku suatu hukum yang menjelaskan bahwa apa yang dipakai, akan menunjukkan posisi kelas yang akan melekat pada diri penggunanya. Agresivitas budaya pop dapat dilambangkan dengan energik oleh media. Media yang dengan mahirnya menciptakan tokoh, kisah, dan monumen tentang apa yang sudah mereka kerjakan. Berkuasanya budaya

[2] Definisi Budaya Populer. http://www.prasasti.com/definisi-budaya-populer/ diakses pada tanggal 8 April 2013. 09:12

pop berlandasakan pada patokan cepat, dangkal, dan massal (Rhoma, 2009: vi-vii).

Menurut Idi Subandi Ibrahim (Pikiran Rakyat edisi 15 Juli 2005 dalam Rhoma, 2009:3) budaya pop merupakan kebudayaan massa yang populer dan didukung oleh industri kebudayaan (*cultural industry*), serta membangun masyarakat tidak hanya berbasi konsumsi, tapi juga menjadikan semua artefak budaya sebagai produk industri. Budaya massa disebabkan massifikasi, dengan maksud industriallisasi dan komersialisasi yang menuntut komersialisasi, produk budaya (massa) berubah, sejalan percepatan tuntutan pasar.

2.1.7 Tinjauan Tentang *Hallyu* dan K-Pop

Gelombang Korea mengarah pada fenomena hiburan Korea dan budaya populer yang bersinergi dengan musik pop, drama, dan juga film. Dalam bahasa korea dikenal dengan istilah *hallyu*, yang pertama kali diperkenalkan oleh jurnalis asal Beijing, pada akhir 1990-an yang dimaksudkan untuk menggambarkan semakin populernya budaya pop Korea di Cina.

Korea muncul sebagai pusat baru untuk produksi budaya pop transnasional[3], dengan keberhasiannya sebagai eksportir budaya. Hal itu sering dikaitkan dengan "menjual" produk-produk budaya yang berkualitas

[3] Terjemahan : Keluar dari batas-batas negara , lintas bangsa . http://www.artikata.com/arti-355032-transnasional.html 09.43 . 2 April 2013

tinggi dengan memasukkan unsur Barat tanpa menghilangkan nilai-nilai tradisional Korea dan identitas budayanya.

Gelombang korea pada hakikatnya adalah perwujudan atau representasi dari industri budaya pada era yang sangat kapitalistik dan manipulatif. Karya yang dihasilkan dari gelombang ini khususnya dalam bidang seni, baik itu film ataupun musik, merupakan karya-karya yang dikreasi dengan penekanan utama atau yang berorientasi pada suatu pasar atau profit.

Seluruh produk yang dihasilkan dari *hallyu*, sesungguhnya tidak tepat diberi istilah "memenuhi selera pasar" seperti musik ataupun film, yang pada kenyataannya justru merekalah yang telah menciptakan sebuah ceruk pasar[4]. Gelombang inilah yang menciptakan pasar. Munculnya demam Gangnam Style oleh PSY (Park Jae-sang), yang bukan sebagai pemenuhan selera pasar, justru menciptakan selera pasar.

Karya-Karya yang dikategorikan ke dalam gelombang korea ini disebut "seni populer" yang lebih mengutamakan kesementaraan dalam lingkup yang menggairahkan dan mampu "menyihir" pendengar atau penonton dengan dikemas semenawan mungkin. Kemewahan dalam busana, tata cahaya panggung, maupun bentuk fisik para penyanyi, telah melewati semacam sulapan atau teknik manipulasi yang pada akhirnya memang mampu menyilaukan para penggemar. Aksi panggung mereka pada umumnya telah

[4] Kelompok yang berusaha untuk menciptakan inovasi-inovasi terbaru, yang akan menaruh minat konsumen dalam pangsa besar, dan memiliki daya saing yang sangat tinggi. http://ayukemala.wordpress.com/2012/11/19/ceruk-pasar/ 10.36 . 2 April 2013

mampu menciptakan semacam reaksi yang dapat dikatakan sebagai penuh dengan pemujaan. Fanatisme, istilah yang cukup tepat dalam penggambaran kondisi semacam ini. Pada realitas ini, dalam wilayah psikologis para remaha atau anak muda yang umumnya tengah berada dalam tahap mencari-cari identifikasi atas diri dan lingkungannya.

Karya-karya yang dihasilkan dari gelombang Korea, tidaklah semua dibuat atas dasar pemenuhan selera pasar atau yang sudah dikenal luas. Beberapa karya yang sudah ditampilkan oeh PSY dengan Gangnam Style atau H.O.T di tahun 1990-an maupun serial drama Winter Sonata, jelas bukan karya yang hanya mengikuti selera pasar namun justru merekalah yang menciptakan seera pasar itu. Tidak sedikit karya-karya tersebut bertindak sebagai pencipta pasar atau *trendsetter,* yang dengan kata lain ada sesuatu keunggulan pada karya tersebut.

Seluruh produk yang dihasilkan dari *hallyu* merupakan bagian atau pelaksanaan dari apa yang disebut sebagai seni populer atau seni pop, yaitu seni yang secara sederhananya adalah karya yang dibuat dengan lebih menonjokan orientasi yang menempatkan khalayak atau masyarakat awam sebagai sasaran. Para pencipta seni populer lebih berkehendak untuk memuaskan pendengar atau penonton daripada dibebani oleh ide-ide artistik pada karyanya yang akan dibuat.

Musik populer Korea atau dikenal dengan istilah K-Pop, merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh *hallyu* pada bidang musik. Daya tarik

terbesar dari aliran musik ini dapat ditemukan dalam lagu-lagu yang *easy listening*, para artis, dan efek panggung. Sejarah K-Pop dimulai dengan kedatangan grup Seo Taiji and Boys pada tahun 1992. Grup ini memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam merubah berbagai kebiasaan dari musik lokal dan mengenalkan berbagai jenis dan gaya dari luar negeri. Musik yang dipadukan dengan seni tari menjadi bagian yang penting dalam aliran musik pop korea ini, dan melahirkan banyak idola baru.[5]

Aliran musik pop Korea memang identik dengan *boyband* dan *girlband*. *Boyband* adalah sebutan untuk vokal grup yang beranggotakan para laki-laki muda dan berpenampilan menarik. Sedangkan *girlband* yang beranggotakan para perempuan. *Boyband* dan *girlband* sebenarnya sudah ada sejak dulu, namun pada aliran musik ada perbedaan dari yang terdahulu. Mereka mengemas sedemikian bagus dan rapih. Dimulai dari perpaduan antara kualitas suara yang baik dan enak didengar bagi pendengarnya, gerakan olah tubuh yang indah, serta penampilan yang bisa dibilang cantik, tampan, imut, hingga menggemaskan pun bisa kita lihat dari anggota-anggota grup tersebut. *Boyband* dan *girlband* baru terus muncul meramaikan industri musik negara tersebut. Dengan penampilan yang menawan, ternyata tidak hanya menarik perhatian dari negeri Korea Selatan saja, Eropa, Amerika, Jepang, Asia, bahkan di Indonesia pun termasuk.

[5] Sejarah Korean pop (K-Pop). http://hallyucafe.wordpress.com/2011/05/15/sejarah-korean-pop-k-pop/ diakses pada tanggal 8 April 2013. 11:38

2.1.8 Tinjauan Tentang *Cover Dance* dan *Cross Cover Dance*

Cover Dance adalah bentuk tarian yang mereproduksi koreografi artis favorit mereka[6]. Selain koreografi, penampilan seperti kostum yang dikenakan pada saat tampil, *make up*, serta gaya rambut sengaja dirancang sama seperti artis aslinya.

Arti dari kata *covering* adalah membawakan suatu karya dari orang lain tanpa mengakuinya sebagai karya sendiri. Lumrah dilakukan oleh para band, penyanyi, dan juga penari diseluruh dunia. Baik band ataupun penyanyi, *covering* adalah hal yang pasti dilakukan dikarenakan belum memiliki lagu sendiri. Dalam seni peran, seperti pertunjukan teater, merupakan salah satu bentuk dari kegiatan *covering*, hanya saja penggunaan istilahnya saja berbeda. *Covering* berbeda dengan plagiat. Arti dari plagiat menurut kamus besar bahasa Indonesia, adalah pengambilan karangan orang lain dan menjadikannya seolah-olah karangan sendiri.

Cross cover dance adalah meng-*cover* idol grup lawan jenis (Rahmadi, Aditya. 2013). Hampir sama dengan *cover dance*, hanya pada grup yang ditirunya saja. Dimulai dari kostum yang dikenakan, konsep tari yang digunakan, *make up* dan gaya rambut yang cenderung feminim, merupakan salah satu kelebihan dari *cross cover dance*.

---

[6] 2012 K-Pop Cover Dance Festival. http://koreanculture.org.au/cultural-learning/cover-dance . Terjemahan dari "*Cover Dance is a form of dance that reproduces the choreography of their favorite artist".*
Diakses pada tanggal 12 April 2013. 20:11

Baik *cover dance* dan *cross cover dance*, sekarang diidentikan dengan K-Pop. Di Korea Selatan sendiri, *cover dance* dan *cross cover dance* sangat tinggi peminatnya meskipun artis yang ditiru berasal dari negera tersebut. Bahkan adanya keberadaannya diakui dan tidak dianggap plagiat atau perusak nama baik dari artis tersebut selagi dilakukannya wajar dan tidak menyimpang.

K-Pop menjadi salah satu genre musik yang berkembang dengan cepat di dunia. Hal ini menyebabkan *cover dance* dan *cross cover dance* K-Pop menjadi sebuah trend diberbagai negara, baik itu Amerika, Eropa, Jepang, Asia, bahkan di Indonesia. K-Pop *Cover Dance* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan meniru koreografi tarian K-Pop artis. Pengakuan keberadaan *cover dance* oleh negera Korea, dibuktikan dengan diselenggarakannya "*K-Pop Cover Dance Festival*" dalam perayaan "Visit Korea Year" dan peserta yang berpartisipasi dalam festival ini adalah grup-grup yang berasal dari berbagai negara. Hal ini sebagai pembuktian bahwa fenomena K-Pop sudah terjadi di dunia. Moon Chang Ho, Produser Eksekutif '2011 *K-Pop Cover Dance Festival*' menyatakan[7]:

> "*The cover dance boom has created a platform for fans from all around the world to actively participate and enjoy K-Pop; and therefore, it is helping expand K-Pop as a truly international form of social entertainment*. (*booming*nya *cover dance* telah menciptakan sebuah platform untuk para penggemar dari seluruh dunia untuk secara aktif berpartisipasi dan menikmati K-Pop, dan karena itu program ini

[7] Billboard. "A look Inside the 'K-Pop Cover Dance' Trend". Terjemahan dari: "K-Pop Cover Dance" is a term used to describe the imitation of K-Pop artist's dance choreography. Diakses pada tangga 13 April 2013. 6:28

> membantu memperluas K-Pop sebagai bentuk dari hiburan sosial bertaraf internasional"

2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut RMA. Harymawan mengenai dalam bukunya yang berjudul Dramaturgi:

> ”Dramaturgi adalah ajaran tentang masalah hukum, dan konvensi atau persetujuan drama. Kata drama berasal dari bahasa Yunani yaitu dramoai yang berarti berbuat, berlaku, bertindak, beraksi dan sebagainya: dan “drama” berarti : perbuatan, tindakan.” (RMA. Harymawan, 1986 : 1).

Dramaturgi berasal dari bahasa Inggris dramaturgy yang berarti seni atau teknik penulisan drama dan penyajiannya dalam bentuk teater. Berdasar pengertian ini, maka dramaturgi membahas proses penciptaan teater mulai dari penulisan naskah hingga pementasannya.

Pendekatan dramaturgi Goffman khususnya berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang diharapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Untuk itu, setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain. Pendekatan ini fokus pada cara individu melakukan sesuatu, bukan apa yang dilakukan, apa yang ingin dilakukan, atau mengapa melakukan hal itu (Mulyana, 2008: 107).

Penulis menggunakan konsep dari Deddy Mulyana mengenai Dramaturgi yang diadopsi dari Erving Goffman. Deddy Mulyana dalam bukunya Metode Penelitian Komunikasi menjelaskan bahwa, "Tidak hanya ada panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) saja, tetapi juga meliputi panggung tengah (*middle stage*) (Mulyana, Deddy. 2007:58)."

1. Panggung Depan (*Front Stage*)

"Panggung depan adalah ruang publik yang digunakan seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan kesan kepada orang lain melalui pengelolaan kesan (*impression management*) (Mulyana 2008: 57)." Di panggung inilah seorang aktor mencoba menampilkan dirinya melalui peran-peran tertentu yang dipilih dalam berjalan proses interaksi sosial dengan khalayak. Goffman membagi panggung depan menjadi dua bagian, yaitu *front* pribadi (*personal front*) dan *setting*, yaitu situasi fisik yang harus ada ketika aktor harus melakukan pertunjukan. *Personal front* terdiri dari alat-alat yang dapat dianggap khalayak sebagai perlengkapan yang dibawa aktor ke dalam *setting*. *Front* pribadi ini mencakup juga bahasa verbal dan bahasa tubuh sang aktor, seperti berbicara sopan, pengucapan istilah-istilah asing, intonasi, postur tubuh, ekspresi wajah, pakaian, penampakan usia, ciri-ciri fisik, dan sebagainya (Mulyana, 2008: 114-115).

Pada panggung inilah *cross cover dance* melakukan presentasi diri di depan penonton pada saat mereka tampil disetiap pertunjukkan yang diikuti. Setiap anggota dari grup ini berusaha menampilkan peran yang dimainkan

dengan karakter yang mereka tiru dari setiap personil *girlband* Korea. Peran yang dilakukan pada saat panggung ini sangat berbeda dengan kepribadian aslinya, yaitu pada saat berada di panggung belakang. Selain itu, pada panggung ini seluruh aktor melakukan aktivitas sehari-hari dihadapan teman-temannya. Dengan kata lain, pada saat itulah para aktor menggunakan "topeng" lain dihadapan teman-temannya pada saat beraktivitas sehari-hari. *Setting* pada *front stage* adalah panggung pertunjukan dan juga lingkungan sekitar

2. Panggung Tengah (*Middle Stage*)

> "Merupakan sebuah panggung lain di luar panggung resmi saat sang actor mengkomunikasikan pesan-pesannya, yakni panggung depan (*front stage*) saat mereka beraksi di depan khalayak tetapi juga di luar panggung belakang (*back stage*) saat mereka mempersiapkan pesan pesannya (Mulyana, 2008:58)."

Seluruh anggota dari grup *cross cover* dance akan melakukan pengelolaan kesan pada panggung ini. Hal ini bertujuan agar mendapatkan kesan yang diharapkan pada saat pertunjukan berlangsung. Kegiatan tersebut diantaranya melakukan latihan di sanggar, tempat yang biasa dijadikan untuk berlatih, dan di ruang ganti sebelum pentas dimulai. Macam kegiatannya berupa latihan koreografi, *lipsync*, penjiwaan karakter berupa ekspresi.

3. Panggung Belakang (*Back Stage)*

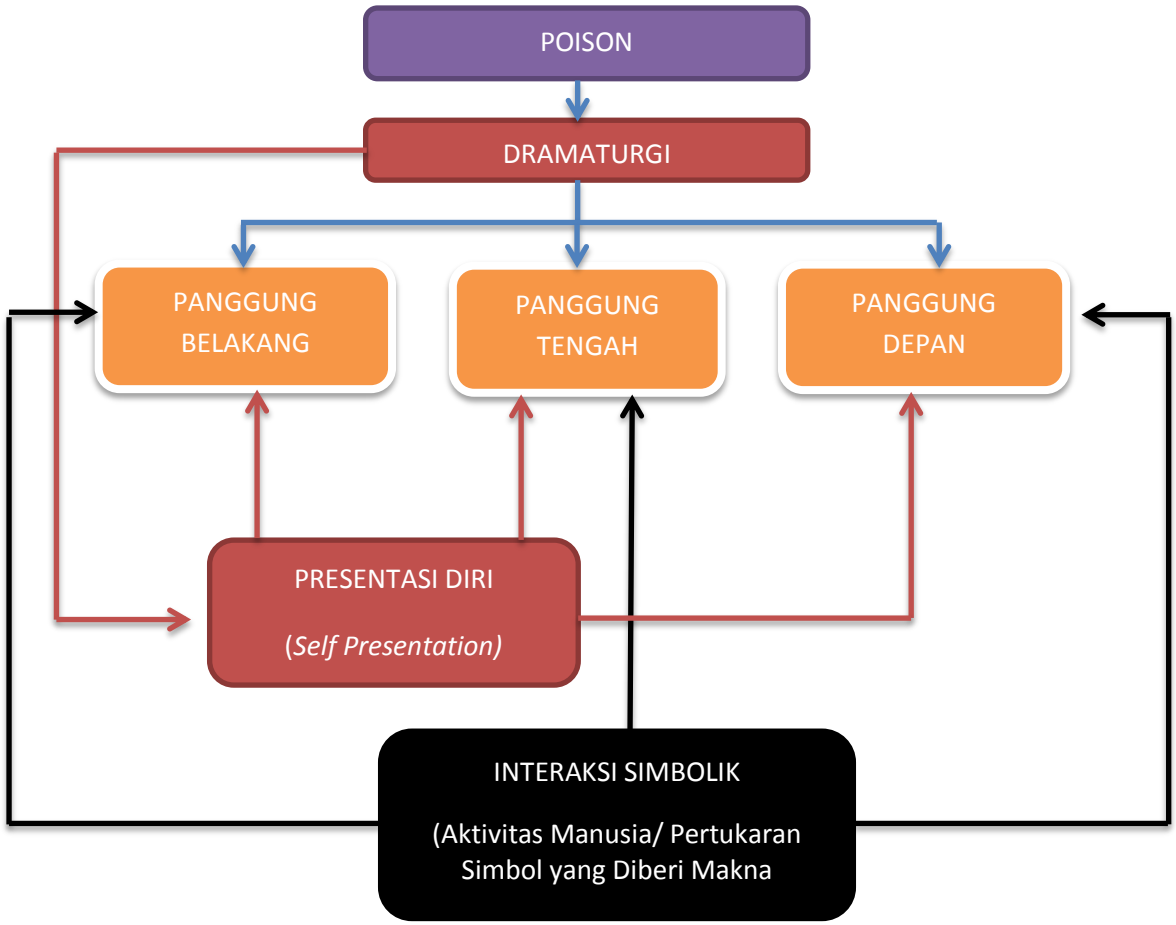
"Panggung belakang adalah wilayah dimana seorang aktor dapat menampilkan wajah aslinya. Di panggung ini juga seorang aktor menunjukan kepribadian aslinya pada masyarakat sekitar (Mulyana, 2008: 58)."

Di wilayah inilah para anggota Poison cenderung menunjukan sifat asli yang sangat berbeda jauh ketika berada di panggung depan. Menggunakan bahasa sehari-hari, berpenampilan sesuai dengan kesehariannya, dan menjalani kehidupan seperti biasanya yang terlepas dari kegiatan yang ada pada panggung depan. Panggung belakang sangat identik dengan lingkungan keluarga, dan pada saat itu para aktor tidak menggunakan "topeng"nya. Mereka melakukan keseluruhan dari aktivitas secara natural.

Agar lebih mudah memahami kerangka pemikiran dalam penelitian ini, dapat dilihat sebuah bagan alur berpikir penulis, yaitu sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Penulisan



Sumber: Penulis 2013