BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali tinjauan pustaka ini dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan.

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun / Uraian	Galih Syaeful Bhatni 2013	Firmansyah Akbar 2013	Nur Azizah 2012
1.	**Universitas/ Program Studi**	Universitas Komputer Indonesia/ Ilmu Komunikasi	Universitas Komputer Indonesia/ Ilmu Komunikasi	Universitas Komputer Indonesia/ Ilmu Komunikasi
2.	**Judul**	Fenomena *Youtube* Sebagai Media Ekspresi penggemar *Stand up comedy*	Tindak Tutur *Comic* (Studi Etnometodologi Komunikasi Analisis Percakapan *Comic Stand up* Indo Bandung)	Presentasi Diri Anggota Komunitas Hijabers (Studi Dramaturgi Tentang Presentasi Diri Anggota Komunitas Hijabers di Kota Bandung)
3.	**Hasil Penelitian**	Para penggemar *stand up comedy* di Kota Bandung sangat	Tujuan utama seorang *comic* dalam sebuah	*Front Stage* sebagai panggung yang hanya menonjolkan status

		mengapresiasi keberadaan situs *YouTube* sebagai situs video yang banyak video seputar *stand up comedy*. Dengan adanya fasilitas gratis dari situs fenomenal tersebut, para penggemar *stand up comedy* tak perlu khawatir terlewat untuk menyimak, menonton acara kesukaanya.	*performance*nya adalah bisa menyuarakan pendapat mereka akan satu hal, dan berbagi pengalaman kepada khalayak dengan cara yang lucu. Pencapaian *comic* dalam setiap penampilan *openmic*nya adalah khalayak dapat mendengarkan pendapat *comic* tentang apa yang disampaikan dari sudut pandang *comic* dan juga khalayak tersadarkan akan satu ilmu yang tentunya bermanfaat. Semua yang *comic* sampaikan itu adalah pengalaman pribadi dan banyak pesan yang terkandung didalamnya.	mereka terutama sebagai mahasiswa dan anggota "hijabers" presentasi diri yang dilakukan meliputi manipulasi simbol-simbol seperti cara berpakaian, berpenampilan *make-up* (tata rias), aksesoris, isi pesan serta sikap, dari perspektif Dramaturgi. *Back Stage* Ruang lingkup anggota komunitas "hijabers". Para informan berpenampilan seadanya saat berada dipanggung belakang, mereka dapat mengekspresikan diri sesuai kebutuhan, berbahasa dengan gaya.

Sumber: Peneliti, 2016

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Para ahli mendefinisikan istilah komunikasi menjadi bermacam-macam. Dimana definisi komunikasi tersebut diberikan berdasarkan pandangan mereka masing-masing. Menurut Wiryanto (2004: 5), komunikasi mengandung makna bersama-sama *(common)*. Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin, yaitu *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifat *communis*, yang bermakna umum atau bersama-sama.

Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid mengemukakan pendapat yang dikutip dari buku *Pengantar Ilmu Komunikasi* memberikan definisi mengenai komunikasi yaitu sebagai berikut, "komunikasi adalah proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam". (Rogers & Kincaid dalam Wiryanto, 2004: 6).

Sedangkan pendapat mengenai definisi komunikasi juga dikemukan oleh Raymond S. Ross dalam buku *Pengantar Ilmu Komunikasi* mengatakan bahwa:

> "Komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator". (Raymond dalam Wiryanto, 2004: 6).

Menurut Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Mulyana dalam buku *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, komunikasi adalah:

> "Proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)." (Hovland dalam Mulyana, 2008: 68).

2.1.2.2 Fungsi Ilmu Komunikasi

Menurut Onong U. Effendy fungsi komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Menyampaikan informasi *(to inform)*
2. Mendidik *(to educate)*
3. Menghibur *(to entertain)*
4. Mempengaruhi *(to influence)*. (Effendy, 2004: 8)

Hal itu dijelaskan sebagai berikut:

a. Menginformasikan (*to infrom*)

   Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

b. Mendidik (*to educate*)

   Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan idea atau pikiranya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

c. Menghibur (*to entertain*)

Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi,pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

d. Mempengaruhi (*to influence*)

Adalah fungsi mempenngaruhi setiap indivindu yang berkomuniakasi tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauhnya lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapakan. (Effendy, 2004: 8)

Bila dilihat dari fungsi komunikasi yang telah dikemukakan di atas bahwa komunikasi tidak dapat dilepaskan dan memegang peranan penting dalam kehidupan manusia sehari-hari terutama dalam lingkungan kehidupan bermasyarakat.

2.1.2.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah bagaimana sang komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses Komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya).

Onong Uchjana Effendy (2004), dalam bukunya *Ilmu komunikasi: Teori dan Praktek* menjelaskan bahwa proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

a. Proses Komunikasi primer

Proses Komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isayarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

b. Proses Komunikasi Sekunder

Proses Komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakali lambang sebagai media pertama. (Effendy, 2004: 11-16).

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, fax, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

2.1.2.4 Sifat Komunikasi

Sifat komunikasi menurut Onong Uchjana 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*). (Effendy, 2004: 19-22)

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.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan nonverbal. Verbal dibagi kedalam dua macam yaitu lisan (oral) dan tulisan (*written/printed*). Sementara nonverbal dapat

menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gestural*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan sebagainya, serta menggunakan gambar untuk mengemukakan idea tau gagasannya.

2.1.2.5 Unsur-unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus di pahami.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Komunikasi*, bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

a. Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan
b. Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambing
c. Komunikan : Orang yang menerima pesan
d. Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya
e. Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy, 2004: 6)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarpribadi

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia. Sebagian besar kegiatan komunikasi berlangsung dlam situasi komunikasi antar pribadi. Melalui komunikasi antarpribadi kita dapat mengenal diri kita sendiri dan orang lain, kita dapat mengetahui dunia luar, bisa menjalin hubungan yang lebih bermakna, bisa memperoleh hiburan dan menghibur orang lain dan sebagainya.

Menurut Joseph A. Devito berdasarkan buku *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik* mendefinisikan komunikasi antar pribadi sebagai berikut, “Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika”.

Berdasarkan definisi itu, komunikasi antarpribadi dapat berlangsung antara dua orang yang memang sedang berdua-duaan atau antara dua orang dalam suatu pertemuan.

Komunikasi antarpribadi pada hakikatnya merupakan proses sosial seperti yang diuraikan diatas, dimana orang-orangyang terlibat didalamnya saling mempengaruhi. Komunikasi antarpersonal dianggap efektif untuk mengubah sikap, pendapat danperilaku seseorang, karena sifatnya dialogis berupa percakapan.

Dari definisi diatas, maka komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi yang dilakukan oleh dua orang, dimana komunikasinya bersifat dialogis, lebih akrab dan terbuka, komunikator dapat melihat feedback secara langsung.

2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi dapat digunakan untuk berbagai tujuan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam tujuan komunikasi antarpribadi yaitu komunikasi ini memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri sendiri.

Dengan memperbincangkan diri kita sendiri pada orang lain, kita akan mendapatkan perspektif baru tentang diri kita sendiri dan memahami lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita.

a. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain, pada prinsipnya komunikasi antar pribadi hanya dimaksudkan untuk menunjukan adanya perhatian kepada orang lain, dan untuk menghindari kesan dari orang lan sebagai pribadi yang tertutup, dingin, dan cuek.
b. Menemukan diri sendiri, Seseorang melakukan komunikasi antar pribadi karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain. Komunikasi ntar pribadi memberikan kesempatan kepada kedua belah pihak untuk berbicara tentang apa yang disukai dan apa yang dibenci. Dengan saling membicarakan keadaan diri , minat, dan harapan maka

seseorang memperoleh informasi berharga untuk mengenali jati diri, atau dengan kata lain menemukan diri sendiri.

c. Menemukan dunia luar, dengan komunikasi antar pribadi diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual. Komunikai merupakan "jendela dunia", karena dengan berkomunikasi dapat mengetahui berbagai kejadian di dunia luar.

d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis, sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan baik denga orang lain. Setiap orang telah menggunakan banyak waktu untuk komunikasi antar pribadi yang diabdikan untuk membangun dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain.

(Suranto,2011:19-20)

Tujuan komunikasi antarpribadi menurut Djoko Purwanto dalam bukunya *Komunikasi Bisnis* mengatakan sebagai berikut :

1. Menyampaikan informasi
2. Berbagi pengalaman
3. Menumbuhkan simpati
4. Melakukan kerja sama
5. Menceritakan kekecawaan atau kekesalan
6. Menumbuhkan motivasi. (Purwanto, 2006 : 50-55).

Ketika berkomunikasi dengan orang lain, tentu saja seseorang memiliki berbagai macam tujuan dan harapan. Salah satu diantaranya adalah untuk menyampaikan informasi kepada orang

lain agar orang lain tersebut dapat mengetahui informasi tersebut. Dengan komunikasi antarpribadi juga memiliki fungsi atau tujuan untuk berbagi pengalaman baik itu pengalaman yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan.

Tujuan komunikasi antarpribadi yang lainnya adalah untuk melakukan kerjasama antara seseorang dengan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi kedua belah pihak.

Komunikasi antarpribadi juga dapat digunakan seseorang untuk menceritakan rasa kecewa atau kekesalan pada orang lain. Dengan pengungkapan rasa hati itu, sedikit banyak akan mengurangi beban pikiran, kadang disebut dengan plong ketika telah bercerita apa yang selama ini dipendam.

Melalui komunikasi antarpribadi, seseorang dapat memotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu yang baik dan positif. Motivasi adalah dorongan kuar dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu.

2.1.3.3 Ciri Komunikasi Antarpribadi

Penyampaian pesan yang berlangsung antara dua orang atau sekelompok kecil ini memiliki cirri-ciri yang menunjukan proses komunikasi antar pribadi yang berlangsung. Menurut Barnlund seperti dikutip oleh Alo liliweri dalam bukunya Wiryanto,

mengemukakan beberapa cirri-ciri yang mengenali komunikasi antarpribadi sebagai berikut :

1. Bersifat spontan
2. Tidak mempunyai struktur
3. Terjadi secara kebetulan
4. Tidak mengejar tujuan yang direncanakan
5. Identitas keanggotaan tidak jelas, dan
6. Dapat terjadi hanya sambil lalu. (Barnlund dalam Wiryanto, 2004: 33)

2.1.3.4 Jenis Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antar pribadi merupakan bentuk komunikasi yang paling efektif karena prosesnya yang lebih menunjukkan hubungan yang dekat satu sama lain.

Menurut Onong Uchjana Effendy pada bukunya *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, dalam komunikasi antar pribadi secara teoritis komunikasi antar pribadi diklasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya, yaitu :

1. Komunikasi Diadik (*dyadic communication*), adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung dua orang yakni yang seseorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi komunikan yang menerima pesan oleh karena prilaku komunikasinya dua orang. Maka dialog yang berlangsug secara intens. Komunikator memusatkan perhatiannya hanya kepada diri komunikan seorang itu.
2. Komunikasi Triadik (*triadic communication*), adalah komunikasi antar pribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang. Yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan. Apabila dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif,karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seseorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai frame of reference komunikan sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung.(Effendy, 2004: 62-63).

Jenis-jenis komunikasi diatas tersebut dijalankan dengan maksud dan tujuannya, sebagaimana dalam konteks komunikasi secara antar pribadi memiliki tujuan-tujuan yang diintregrasikan satu sama lain.

2.1.4 Tinjauan tentang Presentasi Diri

2.1.4.1 Definisi Presentasi Diri

Menurut Goffman, presentasi diri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada (Mulyana, 2008: 110).

Lebih jauh presentasi diri merupakan upaya individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Dalam proses produksi identitas tersebut, ada suatu pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan mengenai atribut simbol yang hendak digunakan sesuai dan mampu mendukung identitas yang ditampilkan secara menyeluruh.

Menurut Goffman, kebanyakan atribut, milik atau aktivitas manusia digunakan untuk presentasi diri, termasuk busana yang kita kenakan, tempat kita tinggal, rumah yang kita huni berikut cara kita melengkapinya (furnitur dan perabotan rumah), cara kita

berjalan dan berbicara, pekerjaaan yang kita lakukan dan cara kita menghabiskan waktu luang kita. 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.

Menurut Goffman, perilaku orang dalam interaksi sosial selalu melakukan permainan informasi agar orang lain mempunyai kesan yang lebih baik. Kesan non-verbal inilah yang menurut Goffman harus dicek keasliannya.

Goffman menyatakan bahwa hidup adalah teater, individunya sebagai aktor dan masyarakat adalah penontonnya. Dalam pelaksanaannya, selain panggung di mana ia melakukan pementasan peran, ia juga memerlukan ruang ganti yang berfungsi untuk mempersiapkan segala sesuatunya. Ketika individu dihadapkan pada panggung, ia akan menggunakan simbol-simbol yang relevan untuk memperkuat identitas karakternya, namun ketika individu tersebut telah habis masa pementasannya, maka di belakang panggung akan terlihat tampilan seutuhnya dari individu tersebut.

2.1.5 Tinjauan Komunikasi *Intrapersonal*

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikiasi di sini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap sesuatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya. Objek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang megandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun di dalam diri seseorang. (Cangara,2008:30)

Objek yang diamati mengalami proses perkembangan dalam pikiran manusia setelah mendapat rangsangan dari pancaindra yang dimiliknya. Hasil kerja dari proses pkiran tadi setelah dievaluasi pada gilirannya akan memberi pengaruh pada pengetahuan, sikap, dan perilaku seseorang.

Dalam proses pengambilan keputusan, sering ali seseorang dihadapkan pada pilihan *ya* atau *tidak*. Keadaan semacam ini membawa seseorang pada situasi berkomunikasi dengan diri sendiri, terutama dalam mempertimbangkan untung ruginya suatu keputusan yang akan diambil. Cara ini hanya bisa dilakukan dengan metode komunikasi intrapersonal atau komunikasi dengan diri sendiri.

Beberapa kalangan menilai bahwa proses pemberian arti terhadap sesuatu yang terjadi dalam diri individu, belum dapat

dinilai sebagai proses komunikasi, melainkan suatu aktivitas internal monolog (Asante,1979). (dalam Cangara,2008:30-32)

2.1.6 Tinjauan tentang Komika

Comic atau Standup *comedy* Comic dalam bahasa Indonesia disebut komika adalah seorang komunikator atau penutur, dimana setiap tuturannya tersebut dibawakan dengan cara humor agar dapat mudah dimengerti oleh khalayak ataupun penonton. Comic dalam setiap penampilannya mengambil materi dari pengamatan, pendapat atau pengalaman pribadinya. Dapat juga mengutarakan keresahan, mengangkat kenyataan, memotret kehidupan masyarakat dan menyuguhkannya kembali dengan jenaka (Pragiwaksono, 2012: 6).

Lawakan tunggal atau komedi tunggal adalah salah satu *genre* profesi melawak yang pelawaknya (kadang disebut komika, bahasa Inggris: *comic*) membawakan lawakannya di atas panggung seorang diri, biasanya di depan pemirsa langsung, dengan cara bermonolog mengenai sesuatu topik.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis sebagai skema pemikiran yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam kerangka pikir ini peneliti mencoba menjelaskan pokok peneliti mengenai Persentasi Diri Komika *Stand up* Indo Bandung menggunakan studi dramaturgi.

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

Dramaturgi adalah suatu pendekatan yang lahir dari pengembangan Teori Interaksionisme Simbolik. Dramaturgi diartikan sebagai suatu model untuk mempelajari tingkah laku manusia, tentang bagaimana manusia itu menetapkan arti kepada hidup mereka dan lingkungan tempat dia berada demi memelihara keutuhan diri. Istilah dramaturgi dipopulerkan oleh Erving Goffman, salah seorang sosiolog yang paling berpengaruh pada abad 20.

Dalam bukunya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life* yang diterbitkan pada tahun 1959, Goffman memperkenalkan konsep dramaturgi yang bersifat penampilan teateris. Yakni memusatkan perhatian atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan drama di panggung. Ada aktor dan penonton.

Tugas aktor hanya mempersiapkan dirinya dengan berbagai atribut pendukung dari peran yang ia mainkan, sedangkan bagaimana makna itu tercipta, masyarakatlah (penonton) yang memberi interpretasi. Individu

tidak lagi bebas dalam menentukan makna tetapi konteks yang lebih luas menentukan makna (dalam hal ini adalah penonton dari sang aktor).

Karyanya melukiskan bahwa manusia sebagai manipulator simbol yang hidup di dunia simbol. Dalam konsep dramaturgi, Goffman mengawalinya dengan penafsiran konsep diri, di mana Goffman menggambarkan pengertian diri yang lebih luas daripada Mead (menurut Mead, konsep-diri seorang individu bersifat stabil dan sinambung selagi membentuk dan dibentuk masyarakat berdasarkan basis jangka panjang).

Sedangkan menurut Goffman, konsep-diri lebih bersifat temporer, dalam arti bahwa diri bersifat jangka pendek, bermain peran, karena selalu dituntut oleh peranperan sosial yang berlainan, yang interaksinya dalam masyarakat berlangsung dalam episode-episode pendek (Mulyana, 2008).

Berkaitan dengan interaksi, definisi situasi bagi konsep-diri individu tertentu dinamakan Goffman sebagai presentasi diri.

Dramaturgi sendiri diartikan sebagai suatu model untuk mempelajari tingkah laku manusia, tentang bagaimana manusia itu menetapkan arti kepada hidup mereka. Dan pendekatan dramaturgis Goffman khususnya berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya (Mulyana, 2008: 107).

Deddy Mulyana dalam bukunya *Metode Penelitian Komunikasi* menjelaskan bahwa, “tidak hanya ada dua panggung saja tetapi ada panggung lain di luar daripada *back stage* dan *front stage* yaitu *middle*

stage". (Mulyana, 2008: 58). Berikut gambaran tentang tiga panggung yang dilalui oleh seorang aktor yaitu:

1. 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).

2. Panggung Tengah (*Middle Stage*)

   "Merupakan sebuah panggung lain di luar panggung resmi saat sang aktor 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).

   Panggung ini dapat dikatakan juga sebagai tempat dimana seorang aktor melakukan setting yakni situasi fisik yang dipersiapkan untuk melakukan pertunjukan.

3. Panggung Depan (*Front Stage*)

   "Panggung depan adalah ruang publik yang digunakan seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan kesan kepada orang lain melalui pengelolaan kesan (*management of impression*)". (Mulyana 2008: 57).

   Di panggung inilah seorang aktor mencoba menampilkan dirinya melalui peran-peran tertentu yang dipilih dalam berjalan proses interaksi sosial dengan khalayak.

Berkaitan dengan interaksi, definisi situasi bagi konsep-diri individu tertentu dinamakan Goffman sebagai presentasi diri. Peneliti menambahkan

panggung tersebut untuk mendukung penelitian ini agar lebih menarik. Lebih jelas akan dibahas tiga panggung pertunjukan dalam kajian dramaturgi mengenai presentasi diri Komika *Stand up Indo* Bandung:

1. Panggung Depan (*Front Stage*)

   Panggung depan bagi seorang Komika adalah ketika ia tampil di atas panggung atau di depan umum. Di panggung inilah seorang Komika berusaha menampilkan peran yang ia mainkan dihadapan orang-orang dengan karakter peran berbeda dengan kepribadian aslinya. Dalam pertunjukannya seorang Komika berusaha menampilkan sosoknya yang humoris dan menghibur.

2. Panggung Tengah (*Middle Stage*)

   Panggung tengah merupakan sebuah panggung diantara panggung depan (*front stage*), dan panggung inilah segala perlengkapan Komika dipersiapkan. Pada panggung ini Komika mempersiapkan materi, penampilan, hingga berdiskusi dengan sesama Komika lainnya.

   Pada panggung ini mereka berkomunikasi dengan orang-orang yang berasal dari panggung depan atau pendukung panggung depan.

3. Panggung Belakang (*Back Stage*)

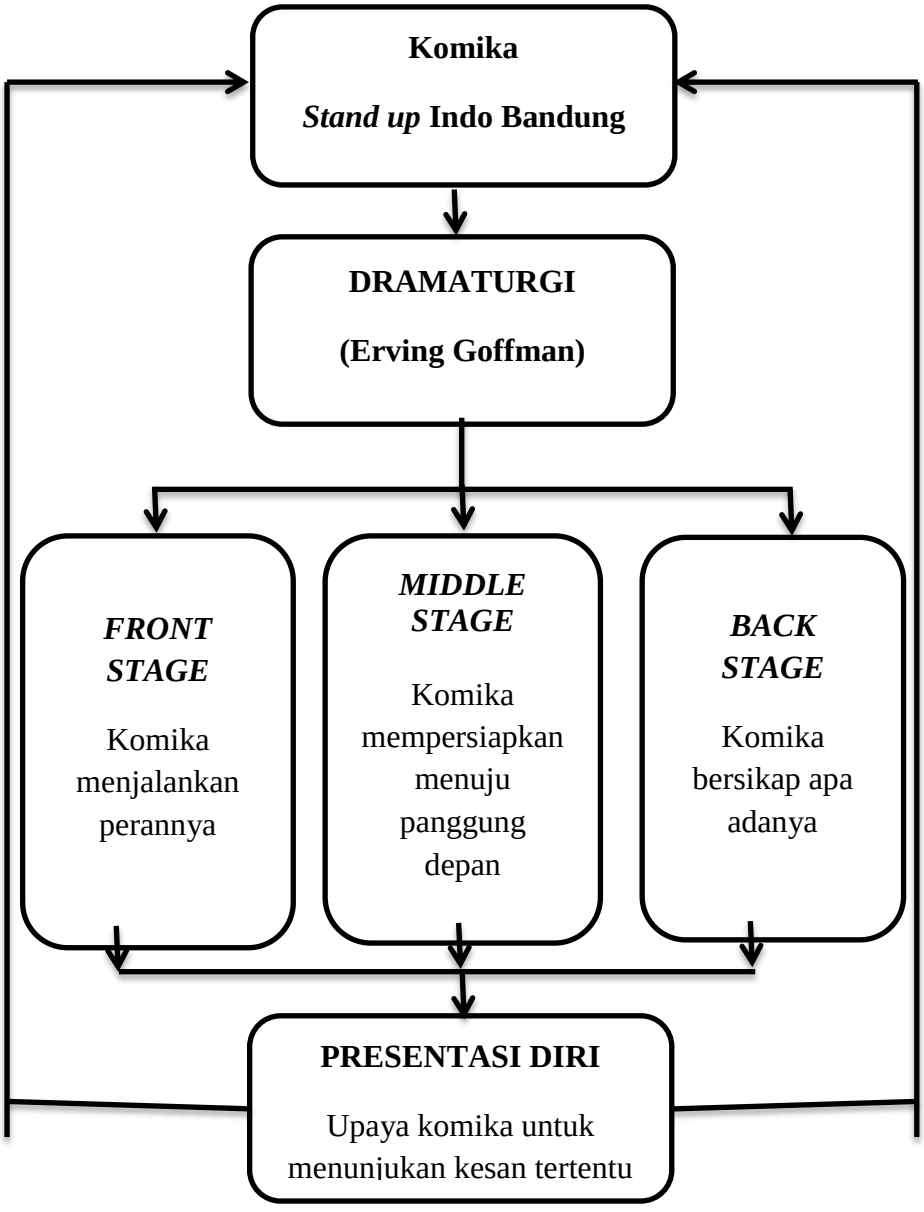
   Di area panggung inilah seorang Komika cenderung menunjukan sifat keasliannya, kontras dari sifat ketika ia berada di panggung depan. Aktor atau Komika disini adalah individu yang tak berbeda dengan individu lain sebagai warga di lingkungan tempat tinggalnya. Di panggung belakang inilah seorang aktor bersikap lebih bijaksana dan

menghilangkan kesan sama seperti ketika ia berada di panggung depan.

Maka dengan demikian, dramaturgi 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 lainnya yang kita peroleh dari permainan peran tersebut.

Bagan 2.1

Alur Pikir Penelitian



Sumber: Peneliti, 2016