BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu

Penulis menemukan beberapa referensi penelitian yang berhubungan dengan tema yang sesuai dengan penelitian penulis. Studi peneliti terdahulu sangat penting sebagai acuan yang membantu penulis dalam merumuskan asumsi dasar pengembangan kajian.

Penelitian yang pertama berjudul : Komunikasi Politik Pencitraan Selebritis Dede Yusuf. Penelitian oleh Ammi Rosgiana, 2009, Universitas Islam Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui panggung depan dan panggung belakang yang dilakukan oleh artis atau selebritis yang terjun di dunia politik yaitu Dede Yusuf. Jenis penelitian yang dipakai menggunakan studi kualitatif dengan pendekatan dramaturgi Erving Goffman. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah seorang artis sekaligus politikus yang bernama Dede Yusuf. Di mana dalam *front stage* ia dikenal sebagai wakil gubernur Jabar dan *back stage* ia dikenal sebagai selebritis atau artis.

Penelitian kedua berjudul : Presentasi Diri Pramuria di Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung. Penelitian oleh Mariska Evalina. 2012, Universitas Komputer Indonesia. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui panggung depan dan panggung belakang serta presentasi diri pramuria di

kalangan mahasiswa di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan dramaturgi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa presentasi diri pramuria tidak dapat dilihat secara umum, karena mereka pintar menyembunyikan diri mereka yang sebenarnya, mereka bermain rapih, pandai menyembunyikan jati diri mereka agar tidak dipandang rendah oleh orang lain.

Penelitian yang ketiga berjudul : Presentasi Diri Anggota Organisasi Suara Kita. Penelitian oleh Agustinus Tito Bagus Prasetyo, Universitas Padjadjaran, 2014. Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui panggung depan dan panggung belakang presentasi diri anggota organisasi suara kita. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan dramaturgi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa presentasi diri anggota organisasi suara kita melakukan pengelolaan kesan taua *impression management* untuk membentuk kesan yang baik dihadapan khalayak.

Berdasarkan *review* penelitian sejenis diatas, terlihatlah jelas bahwa berdasarkan tujuan dan objek penelitian, posisi peneliti penulis adalah original dan jelas berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Meskipun secara tema dan pendekatan teoritis yang diambil pada penelitian-penelitian sebelumnya memiliki kesamaan, namun terdapat perbedaan sangat mendasar pada objek dan tujuan penelitian. Selain itu persamaan dalam metodologi antara satu penelitian dan lainnya adalah hal yang wajar.

Maka peneliti memerlukan suatu penjelasan singkat mengenai ketiga penelitian terdahulu tersebut, berdasarkan keperluan peneliti dalam penelitian ini untuk melihat bahwa ketiga penelitian terdahulu yang sejenis memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti, kesamaan dari penelitian terdahulu yaitu dilihat dari metode kualitatif dan studi yang dilakukan yaitu dramaturgi. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek yang diteliti. Sehingga dapat digambarkan dengan menggunakan tabel perbandingan penelitian yang dibuat oleh ketiga peneliti terdahulu, dengan kajian sejenis didalamnya.

Untuk lebih jelasnya, maka peneliti menyajikan pada tabel 2.1 agar lebih mudah untuk dipahami alur relevansi dengan penelitian yang peneliti susun sekarang.

Tabel 2.1.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL PENELITIAN	NAMA PENELITI	TUJUAN PENELITIAN	METODE PENELITIAN
1.	Komunikasi Politik Pencitraan Selebritis Dede Yusuf	Ammi Rosgiana, Universitas Islam Bandung, 2009	Untuk Mengetahui Panggung Depan dan Panggung Belakang yang dilakukan oleh artis yang terjun di dunia politik yaitu Dede Yusuf	Metode Penelitian Kualitatif Pendekatan Dramaturgi

2.	Presentasi Diri Pramuria di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung (Studi Dramaturgi Mengenai Presentasi Diri Pramuria di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung)	Mariska Evalina, Universitas Komputer Indonesia, 2012	Untuk Mengetahui Panggung Depan dan Panggung Belakang Serta Presentasi Diri Pramuria di Kalangan Mahasiswa di Kota Bandung	Metode Penelitian Kualitatif Pendekatan Dramaturgi
3.	Presentasi Diri Anggota Organisasi Suara Kita	Agustinus Tito Bagus Prasetio, Universitas Padjajaran, 2014	Untuk Mengetahui Panggung Depan dan Panggung Belakang Serta Presentasi Diri Anggota Organisasi Suara Kita	Metode Penelitian Kualitatif Pendekatan Dramaturgi

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Manusia sebagai makhluk yang bermasyarakat artinya makhluk yang tidak hidup tanpa adanya bantuan dari orang lain di sekelilingnya. Oleh karena itu, ia akan selalu membutuhkan orang lain di dalam kehidupannya, sampai akhir hayatnya, dan untuk memenuhi semua kebutuhannya itu manusia harus selalu berinteraksi dengan yang lainnya dan dalam interaksinya itu akan terjadi saling mempengaruhi. Semakin lama manusia itu hidup dan tumbuh, maka semakin banyak ia akan berinteraksi dan semakin luas ruang lingkup interaksinya, baik itu interaksi dalam kehidupan kelompok ataupun dengan masyarakat di lingkungannya.

Untuk memperlancar jalannya interaksi tersebut, maka ini tidak luput dari alat yang digunakan untuk berinteraksi yaitu "komunikasi", karena tanpa komunikasi interaksi tidak akan bisa terjadi. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Communication* menurut asal katanya, berasal dari bahasa latin *Communicate*, yang bersumber dari kata *Communis* yang berarti sama, sedangkan sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu". (Effendy, 2002:9).

Carl I Hovland yang dikutip oleh Effendy, Onong Uchjana Effendy mendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

> *"The process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behavior of other individuals (communicates)."(*Proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (lambang bahasa) untuk mengubah perilaku orang lain. (Hovland dalam Effendy, 2002:49)

Sedangkan menurut Gerald A. Miller yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa:

> *"In the main communication has as its central interest those behavioral situations in which source transmit in message to a receiver (s) with conscious inten to a fact the latte's behavior".* (Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi keperilakuan sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan sesuatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya). (Miller dalam Effendy, 2002:49)

Berdasarkan dari definisi di atas, dapat dijabarkan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambang bahasa) kepada orang lain (komunikan) bukan hanya sekedar memberi tahu tetapi juga mempengaruhi seseorang atau sejumlah orang tersebut untuk melakukan tindakan tertentu (merubah perilaku orang lain).

Jadi pertama-tama haruslah diperhatikan bahwa komunikan itu memahami pesan-pesan komunikasi, apabila komunikan memahami berarti ada kesamaan makna antara komunikator dengan komunikan, karena tidak mungkin memahami sesuatu tanpa terlebih dahulu adanya kesamaan makna (*Communis*). Jika komunikan memahami dapat diartikan menerima, maka penerimanya itu perlu dibina selanjutnya komunikan dimotivasi untuk melakuakn suatu kegiatan. Uraian tersebut jelas, bahwa

pada hakikatnya komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku orang lain, baik secara langsung melalui lisan maupun tidak langsung melalui media proses komunikasi.

2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, jelas bahwa antar manusia hanya akan terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya terjadi kalau di dukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek. Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi.

Adapun unsur-unsur komunikasi menurut Hafied Cangara dalam buku "Pengantar Ilmu Komunikasi" (Cangara, 2011:24) yaitu :

1. Sumber

   Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggris disebut *source, sender* atau *encoder.*

2. Pesan

   Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui

media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa inggris disebut *message, contact* atau *Information.*

3. Media

   Media yang dimaksud di sini ialah media yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Misalnya telepon, surat, telegram, media cetak, media elektronik, bahkan panca indera.

4. Penerima

   Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa Inggris disebut *audience* atau *receiver*. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi.

5. Pengaruh

   Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga

diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan

6. Lingkungan

   Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

2.1.2.3 Bentuk Komunikasi

Seperti halnya definisi komunikasi, pembagian bentuk komunikasi di kalangan para pakar juga berbeda satu sama lainnya. Klasifikasi itu didasarkan atas sudut pandang masing-masing pakar menurut pengalaman dan bidang studinya. Seperti yang dilangsir dari buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang ditulis oleh Hafied Cangara membagi bentuk komunikasi menjadi 4, yakni:

a. Komunikasi dengan diri sendiri *(Intrapersonal Communication)* adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses komunikasi dengan diri sendiri.
b. Komunikasi Antar Pribadi (Interpersonal Communication) adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.
c. Komunikasi Publik *(Public Communication)* atau biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking* dan komunikasi khalayak *(audience*

communication). Apapun sebutannya, yang dimaksud dengan komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar.

d. Komunikasi Massa *(Mass Communication)* dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya misal melalui alat-alat yang bersifat mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan film. (Cangara, 2007:37).

2.1.2.4 Proses Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, perlu adanya suatu proses yang memungkinkannya untuk melakukan komunikasi secara efektif. Proses komunikasi inilah yang membuat komunikasi berjalan dengan baik dengan berbagai tujuannya. Dengan adanya proses komunikasi, berarti ada suatu alat yang digunakan dalam prakteknya sebagai cara dalam pengungkapan komunikasi tersebut. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku "*Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*", Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni proses komunikasi secara primer dan secara sekunder seperti:

2.1.2.4.1 Proses Komunikasi Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan

menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan." (Effendy, 2011:11).

Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa, "Bahasa digambarkan paling banyak dipergunakan dalam proses komunikasi karena dengan jelas bahwa bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain" (Effendy, 2011:11). Apakah penyampaian bahasa tersebut dalam bentuk ide, informasi atau opini mengenai hal yang jelas (kongkret) maupun untuk hal yang masih samar (abstrak), bukan hanya mengenai peristiwa atau berbagai hal yang sedang terjadi melainkan pada waktu dulu dan masa yang akan datang.

Kial (*gesture*) merupakan terjemahan dari pikiran seseorang sehingga dapat terekspresikan secara nyata dalam bentuk fisik. Akan tetapi menggapaikan tangan, atau memainkan jari-jemari, atau mengedipakan mata, atau menggerakkan anggota tubuh lainnya hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu saja (sangat terbatas).

Demikian pula Isyarat dengan menggunakan alat seperti tontong, bedug, sirine, dan lain-lain serta warna yang mempunyai makna tertentu. Kedua lambang itu amat terbatas kemampuanya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

Gambar sebagai lambang yang lebih banyak dipergunakan dalam komunikasi memang melebihi kial, isyarat, dan warna dalam hal kemampuan menerjemahkan pikiran seseorang, tetapi tetap tidak dapat melebihi kemampuan bahasa.

Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, tetapi tidak semua orang dapat mengutarakan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya melalui kata-kata yang tepat dan lengkap. Hal ini juga diperumit dengan adanya makna ganda yang terdapat dalam kata-kata yang digunakan, dan memungkinkan kesalahan makna yang diterima.

Kata-kata mengandung dua jenis pengertian, yakni denotatif dan konotatif. Menurut Onong Uchjana Effendy:

> "Pengertian denotatif adalah yang mengandung arti sebagaimana tercantum dalam kamus (dictionary meaning) dan diterima secara umum oleh kebanyakan orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Pengertian konotatif mengandung pengertian emosional atau mengandung penilaian tertentu (emosional or evaluative meaning)" (Effendy, 2011:12).

Komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses membuat pesan setala (*tuned*) bagi komunikator dan komunikan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy:

> "Pertama komunikator menyandi (encode) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti ia memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian menjadi giliran komunikan untuk mengawa-sandi (decode) pesan komunikator itu. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator berfungsi sebagai penyandi (encoder) dan

komunikan berfungsi sebagai pengawa-sandi (decoder)" (Effendy, 2011:13).

Dalam proses penyandian (*encoding*) ialah bahwa komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat mengawa-sandi hanya ke dalam kata bermakna yang pernah diketahui dalam pengalamannya masing- masing.

Wilbur Schramm dalam karyanya "*Communication Research in the United States*" sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa, "Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan." (Effendy, 2011: 13).

Kemudian Wilbur Schramm menambahkan, sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy bahwa, "Bidang pengalaman (*field of experience*) merupakan faktor yang penting dalam komunikasi." (Effendy, 2003:13).

Pernyataan ini mengandung pengertian, jika bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikan, maka komunikasi akan berlangsung lancar.

2.1.2.4.2 Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain yang menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah pemakaian lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasi bila komunikan yang menjadi sasarannya berada ditempat yang relatif jauh dengan jumlahnya yang relatif banyak serta tersebar. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam suatu proses komunikasi. (Effendy, 2011:16)

Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa, yang dinamakan komunikasi media itu adalah media kedua. Jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambang *(symbol)* beserta isi *(content)* yakni pikiran dan perasaan atau perasaan yang dibawanya menjadi totalitas pesan *(message),* yang tampak tak dapat di pisahkan (Effendy, 2011:16). Pentingnya peranan media, yakni media sekunder, dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efesiensinya dalam mencapai komunikan, misalnya :

Surat kabar, radio, atau televisi merupakan media yang efesien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak.

Umpan balik dalam komunikasi bermedia, terutama media massa, biasanya dinamakan umpan balik tertunda *(delayed feedback),* karena sampainya tanggapan atau reaksi khalayak kepada komunikator memerlukan tenggang waktu. Bagaimana pun dalam proses komunikasi bermedia, misalnya dengan surat, poster, spanduk, radio, televisi, atau film, umpan balik akan terjadi. Dengan kata lain. Komunikator

mengetahui tanggapan komunikan jika komunikasinya sendiri selesai secara tuntas.

2.1.2.5 Fungsi Komunikasi

Onong Uhcjana Effendy (2006:8) mengemukakan bahwa fungsi komunikasi adalah :

a. Menginformasikan (*to inform*), yaitu memberikan informasi kepada Masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
b. Mendidik (*to educated*), yakni komunikasi merupakan sebuah sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide dan pemikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.
c. Menghibur (*to entertaint*), yakni komunikasi selain berguna untuk menyampaikan pesan, pendidikan, dan mempengaruhi, komunikasi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.
d. Mempengaruhi (*to influence*), yaitu dengan fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha untuk saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha untuk mengubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan.

Berpijak pada fungsi komunikasi dalam kehidupan Masyarakat, dapat dikatakan bahwa komunikasi tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, karena komunikasi adalah salah satu komponen penting yang akan selalu ada dalam kehidupan manusia sehari-hari. Dengan kata lain, melalui komunikasi manusia dapat mengembangkan dirinya dengan berabagi informasi yang diperolehnya. Selain itu ada beberapa pihak menilai bahwa dengan komunikasi yang baik, hubungan antarmanusia dapat dipelihara kelangsungannya. Sebab, melalui komunikasi dengan sesama manusia kita bisa memperbanyak sahabat, memperbanyak rezeki, memperbanyak dan memelihara pelanggan *(costumers)*, dan juga memelihara hubungan yang baik antara bawahan dan atasan dalam suatu organisasi. Pendek kata komunikasi berfungsi menjembatani hubungan antar manusia dalam bermasyarakat. (Cangara, 2002:59).

2.1.2.6 Karakteristik Komunikasi

Alo Liliweri dalam bukunya Wacana Komunikasi Organisasi, Komunikasi memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Komunikasi adalah suatu proses; Disebut proses karena komunikasi merupakan aktivitas yang dinamis, aktivitas yang terus berlangsung secar berkesinambungan sehingga dia terus mengalami perubahan.

2. Komunikasi adalah simbolis; Karena aktivitas berkomunikasi menggunakan simbol-simbol bermakna yang diubah kedalam kata-kata (verbal) untuk ditulis dan diucapkan atau simbol non verbal untuk diperagakan.
3. Komunikasi adalah konteksual; Disebut kontekstual karena sifat komunikasi yang serba ruang dan serba waktu
4. Komunikasi adalah purposif , karena yang dilakukan berdasarkan tujuan tertentu, artinya orang berkomunikasi memenuhi kebutuhan.
5. Komunikasi adalah proses dua arah; Kegiatan komunikasi memang merupakan kegiatan mengirim atau menerima pesan yang berlangsung dua arah namun pada dasarnya pesan sama sekali tidak berpindah, yang berpindah adalah makna pesan tersebut. (Liliweri, 2004:56)

Kaitannya dengan penelitian ini adalah bahwa komunikasi yang terjadi di dalam kelas yang bersifat sirkuler karena siswa dan guru saling memberikan pertanyaan dan pernyataan. Adanya proses komunikasi dua arah jika pembahasan materi terjadi diantara keduanya.

2.1.2.7 Tujuan Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam bukunya, *Techniques for effective Communication*, menyatakan bahwa tujuan sentral dalam kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu :

a. To secure understanding

b. To establish acceptance

c. To motivate action

Pertama adalah *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andai kata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasikan (*to motivate action*)

Gordon I. Zimmerman merumuskan bahwa kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita untuk member makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain (Mulyana, 2004:4).

Menurut Effendy dalam buku yang berjudul *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, tujuan komunikasi adalah :

a. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
b. Mengubah opini/ pendapat/ pandangan (*to change the opinion*)
c. Mengubah perilaku (*to change the behavior*) (Effendy, 2003:55)

2.1.3 Tinjauan Mengenai Komunikasi Antarpribadi

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi didalam diri sendiri, didalam diri manusia terdapat komponen-komponen komunikasi seperti sumber, pesan, saluran penerima dan balikan. Dalam komunikasi interpersonal hanya seorang yang terlibat. Pesan mulai dan berakhir dalam diri individu masing-masing. Komunikasi interpersonal mempengaruhi komunikasi dan hubungan dengan orang lain.

Menurut Deddy Mulyana, komunikasi antarpribadi bisa diartikan sebagai:

> "Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya memenangkan reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal." (Mulyana, 2002 : 73)

Setelah melalui proses interpersonal tersebut, maka pesan-pesn disampaikan kepada orang lain. Komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran informasi antara seseorang dengan seseorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikannya. Dengan bertambahnya orang-orang yang terlibat dalam komunikasi menjadi bertambah kompleks komunikasi tersebut.

Komunikasi antarpribadi juga didefinisikan sebagai komunikasi yang terjadi diantara dua orang yang mempunyai hubungan yang terlihat jelas diantara mereka, misalnya percakapan seorang ayah dengan anak, sepasang suami istri, guru dengan murid, dan lain sebagainya. Dalam definisi ini setiap komunikasi baru dipandangan dan dijelaskan sebagai bahan-bahan yang terintegrasi dalam tindakan komunikasi antarpribadi. Pentingnya suatu komunikasi interpersonal adalah karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialogis. Dialog adalah bentuk komunikasi antarpribadi yang menunjukkan terjadinya interaksi. Mereka yang terlibat dalam komunikasi bentuk ini berfungsi ganda, masing-masing menjadi pembicara dan pendengar secara bergantian. Dalam proses komunikasi dialogis tampak adanya upaya dari para pelaku komunikasi untuk terjadinya pergantian bersama *(mutual understanding)* dan empati. Dari proses ini terjadi rasa saling menghormati bukan disebabkan status sosial melainkan didasarkan pada anggapan bahwa masing-masing adalah manusia yang berhak dan wajib, pantas dan wajar dihargai dan dihormati sebagai manusia.

Komunikasi interpersonal dibandingkan dengan komunikasi lainnya, dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini dan perilaku komunikan. Alasannya karena komunikasi ini berlangsung tatap muka, oleh karena dengan komunikasi itu terjadilah kontak pribadi *(personal contact)* yaitu pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikan. Ketika penyampaian pesan, umpan balik berlangsung seketika *(immediate feedback)* mengetahui pada saat itu tanggapan komunikan terhadap pesan yang dilontarkan pada ekspresi wajah dan gaya bicara. Apabila umpan balik positif, artinya tanggapan itu menyenangkan, kita akan mempertahankan gaya komunikasi sebaliknya jika tanggapan komunikasi negatif, maka harus mengubah gaya komunikasi sampai komunikasi berhasil. Keampuhan dalam mengubah sikap, kepercayaan, opini dan perilaku komunikan itulah maka bentuk komunikasi interpersonal seringkali digunakan untuk menyampaikan komunikasi persuasif *(persuasive communication)* yakni suatu teknik komunikasi secara psikologis manusiawi yang sifatnya halus, luwes berupa ajakan, bujukan atau rayuan. Dengan demikian maka setiap pelaku komunikasi akan melakukan empat tindakan yaitu membentuk, menyampaikan, menerima dan mengolah pesan. Keempat tindakan tersebut lazimnya berlangsung secara berurutan dan membentuk pesan diartikan sebagai menciptakan ide atau gagasan dengan tujuan tertentu.

2.1.3.2 Model Komunikasi Antarpribadi

Dalam proses komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal arus komunikasi yang terjadi adalah sirkuler atau berputar, artinya setiap individu mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi komunikator dan komunikan. Karena dalam komunikasi antarpribadi efek atau umpan balik dapat terjadi seketika. Untuk dapat mengetahui komponen-komponen yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Pengirim – Penerima**

   Komunikasi antarpribadi paling tidak melibatkan dua orang, setiap orang terlibat dalam komunikasi antarpribadi memfokuskan dan mengirimkan serta mengirimkan pesan dan juga sekaligus menerima dan memahami pesan. Istilah pengirim-pengirim ini digunakan untuk menekan bahwa, fungsi pengirim dan penerima ini dilakukan oleh setiap orang yang terlibat dalam komunikasi.

2. **Encoding – Decoding**

   Encoding adalah tindakan menghasilkan pesan, artinya pesan-pesan yang akan disampaikan dikode atau diformulasikan terlebih dahulu dengan menggunakan kata-kata simbol dan sebagainya. Sebaliknya tindakan untuk mengintrepresentasikan dan memahami pesan-pesan yang diterima, disebut juga sebagai decoding. Dalam komunikasi antarpribadi, karena pengirim juga bertindak sekaligus

sebagai penerima, maka fungsi encoding-decoding dilakukan oleh setiap orang yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi.

3. **Pesan – Pesan**

   Dalam komunikasi antarpribadi, pesan-pesan ini bisa terbentuk verbal (kata-kata) atau nonverbal (gerak tubuh, simbol) atau gabungan antara bentuk verbal dan nonverbal.

4. **Saluran**

   Saluran ini berfungsi sebagai media di mana dapat menghubungkan antara pengirim dan penerima pesan atau informasi. Saluran komunikasi personal baik yang bersifat langsung perorangan maupun kelompok lebih persuasif dibandingkan dengan saluran media massa. Hal ini disebabkan pertama, penyampaian pesan melalui saluran komunikasi personal dapat dilakukan secara langsung kepada khalayak.

5. **Gangguan atau *Noise***

   Pesan-pesan yang dikirim sering kali berbeda dengan pesan yang diterima. Hal ini dapat terjadi karena gangguan saat berlangsung komunikasi, yang terjadi dari:

   a. **Gangguan Fisik**

      Gangguan ini biasanya berasal dari luar dan mengganggu transmisi fisik pesan, seperti kegaduhan, interupsi, jarak dan sebagainya.

b. Gangguan Psikologis

Gangguan ini timbul karena adanya perbedaan gagasan dan penilaian subjektif di antara orang yang terlibat di antara orang yang terlibat dalam komunikasi seperti emosi, perbedaan nilai-nilai, sikap dan sebagainya.

c. Gangguan Semantik

Gangguan ini terjadi kata-kata atau simbol yang digunakan dalam komunikasi, sering kali memiliki arti ganda, sehingga menyebabkan penerima gagal dalam menangkap dari maksud pesan yang disampaikan, contohnya perbedaan bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi.

6. **Umpan Balik**

Umpan balik memainkan peranan yang sangat penting dalam proses komunikasi antarpribadi, karena pengirim dan penerima secara terus menerus dan bergantian memberikan umpan balik dalam berbagai cara, baik secara verbal maupun nonverbal. Umpan balik ini bersifat positif apabila dirasa saling menguntungkan. Bersifat positif apabila tidak menimbulkan efek dan bersifat negatif apabila merugikan.

7. **Bidang Pengalaman**

   Bidang pengalaman merupakan faktor yang paling penting dalam komunikasi antarpribadi. Komunikasi akan terjadi apabila para pelaku yang terlibat dalam komunikasi mempunyai bidang pengalaman yang sama.

8. **Efek**

   Dibanding dengan bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dinilai paling ampuh untuk mengubah sikap, perilaku kepercayaan dan opini komunikasi. Hal ini disebabkan komunikasi dilakukan dengan tatap muka (Devito, 2007:10)

2.1.3.3 Karakteristik Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi berlangsung antar dua individu, karenanya pemahaman komunikasi dan hubungan antar pribadi menempatkan pemahaman mengenai komunikasi dalam proses psikologis. Setiap individu dalam tindakan komunikasi memiliki pemahaman dan makna pribadi terhadap setiap hubungan di mana dia terlibat di dalamnya.

Hal terpenting dari aspek psikologis dalam komunikasi adalah asumsi bahwa diri pribadi individu terletak dalam diri individu dan tidak mungkin diamati secara langsung. Artinya dalam Komunikasi antarpribadi pengamatan terhadap seseorang dilakukan melalui perilakunya dengan mendasarkan pada persepsi pengamat.

Menurut Judy C. Pearson dalam (Sendjaja, 2002:2) komunikasi antar pribadi memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Komunikasi antarpribadi dimulai dengan diri pribadi atau *self*
2. Komunikasi antarpribadi bersifat transaksional
3. Komunikasi antarpribadi mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antar personal
4. Komunikasi antarpribadi melibatkan pihak-pihak yang saling bergantung satu sama lainnya dalam proses komunikasi
5. Komunikasi antarpribadi tidak dapat diubah maupun diulang.

2.1.3.4 Ciri-ciri Komunikasi Antarpribadi

Dalam buku Suranto AW dengan judul Komunikasi Interpersonal, bahwa jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Apabila diamati dan di komparasikan dengan jenis komunikasi lainnya, maka dapat dikemukakan ciri-ciri komunikasi interpersonal, antara lain :

1. **Arus pesan dua arah**. Komunikasi interpersonal menempatkan sumber pesan dan penerimaan dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah. Artinya komunikator dan komunikan dapat berganti peran secara cepat. Seorang sumber pesan, dapat berubah peran sebagai penerima pesan, begitu pula sebaliknya. Arus pesan secara dua arah ini berlangsung secara berkelanjutan.

2. **Suasana nonformal**. Komunikasi interpersonal biasanya berlangsung dalam suasana nonformal. Dengan demikian, apabila komunikasi itu berlangsung antara para pejabat di sebuah instansi, maka para pelaku komunikasi itu tidak secara kaku berpegang pada hierarki jabatan dan prosedur birokrasi, namun lebih memilih pendekatan individu yang bersifat pertemanan. Relevan dengan suasana nonformal tersebut, pesan yang dikomunikasikan biasanya bersifat lisan, bukan tertulis. Di samping itu, forum komunikasi yang dipilih biasanya juga cenderung bersifat nonformal, seperti percakapan intim dan lobi, bukan forum formal seperti rapat.
3. **Umpan balik segera**. Oleh karena komunikasi interpersonal biasanya mempertemukan para pelaku komunikasi secara bertatap muka, maka umpan balik dapat diketahui dengan segera. Seorang komunikator dapat segera memperoleh balikan atas pesan yang disampaikan dari komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal.
4. **Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat**. Komunikasi interpersonal merupakan metode komunikasi antar individu yang menuntut fisik maupun psikologis. Jarak yang dekat dalam arti fisik, artinya para pelaku saling bertatap muka, berada pada satu lokasi tempat tertentu. Sedangkan jarak yang dekat secara psikologis menunjukkan keintiman hubungan antar individu.

5. **Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal**. Untuk meningkatkan keefektifan komunikasi interpersonal, peserta komunikasi dapat memberdayakan pemanfaatan kekuatan pesan verbal maupun nonverbal. (Suranto, 2011:14)

2.1.3.5 Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Menurut Suranto AW, Komunikasi interpersonal merupakan suatu *action oriented*, ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi interpersonal itu bermacam-macam, beberapa di antaranya dipaparkan berikut ini.

a. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain
b. Menemukan diri sendiri
c. Menemukan dunia luar
d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis
e. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku
f. Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu
g. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi
h. Memberikan bantuan (konseling). (Suranto, 2011:19)

2.1.3.6 Fungsi Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antar pribadi memiliki potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan dari proses komunikasi tersebut. Dalam komunikasi antar pribadi memiliki fungsi-fungsi yang dijadikan sebagai proses perolehan atau pencapaian dari tujuan, dan fungsi komunikasi antar pribadi, yaitu:

1. **Mendapatkan Informasi**, Salah satu alasan kita terlibat dalam komunikasi interpersonal adalah agar kita dapat memperoleh pengetahuan tentang orang lain. Teori Penetrasi Sosial mengatakan bahwa kita mencoba untuk mendapatkan informasi tentang orang lain sehingga kita dapat berinteraksi dengan mereka secara lebih efektif.
2. **Membangun Pemahaman Konteks**, Dalam komunikasi interpersonal untuk membantu lebih memahami apa seseorang mengatakan dalam konteks tertentu. Kata-kata yang diucapkan dapat berarti berbagai hal yang sangat tergantung pada bagaimana mereka mengatakan atau dalam konteks apa. Isi Pesan merujuk ke permukaan tingkat makna dari pesan dan Hubungan Pesan dilihat bagaimana pesan dikatakan. Keduanya akan dikirim secara bersamaan, tetapi masing-masing mempengaruhi arti yang ditugaskan untuk komunikasi.

3. **Membangun Identitas**, Komunikasi interpersonal adalah untuk membangun identitas. Peran kita bermain dalam hubungan kita membantu kita membangun identitas.
4. **Kebutuhan interpersonal**, Dalam komunikasi interpersonal karena kita perlu untuk mengekspresikan dan menerima kebutuhan interpersonal. William Schutz telah mengidentifikasi tiga kebutuhan, yaitu :
    a. Inklusi adalah kebutuhan untuk membangun identitas dengan orang lain.
    b. Kontrol adalah kebutuhan untuk latihan kepemimpinan dan membuktikan kemampuan seseorang.
    c. Kasih sayang adalah kebutuhan untuk membangun hubungan dengan orang. Kelompok adalah cara terbaik untuk mendapatkan teman dan menjalin hubungan.

2.1.4 Proses Pengelolaan Kesan (*Impression Management*)

Kita telah membicarakan bagaimana kecermatan persepsi interpersonal dimudahkan oleh petunjuk-petunjuk verbal dan nonverbal, dan dipersulit oleh factor-faktor personal pada penanggap. Kesulitan persepsi juga timbul karena persona stimuli berusaha menampilkan petunjuk-petunjuk tertentu untuk menimbulkan kesan tertentu pada diri penanggap. Erving Goffman menyebut proses ini pengelolaan kesan (*impression management*). (Drs. Jalaluddin Rakhmat, 2011:94)

2.1.5 Tinjauan Tentang 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. 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 (*furniture* dan perabotan rumah), cara kita berjalan dan berbicara, pekerjaaan yang kita lakukan dan cara kita menghabiskan waktu luang kita (Goffman dalam Mulyana, 2008: 110).

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.

Ketika individu dihadapkan pada panggung, maka dalam menjalani kehidupannya 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.

2.1.6 Tinjauan Tentang Vokalis Band

Dalam sebuah group band terdiri dari berbagai musisi yang memainkan alat music dan bernyanyi. Salah satu posisi dalam grup band dan identik dengan peran utama dalam sebuah band adalah vokalis.

Vokal atau huruf hidup (dalam fonetik) adalah suara di dalam bahasa lisan yang diciri khaskan dengan pita suara yang terbuka sehingga tidak ada tekanan udara yang terkumpul di atas glotis. Vokal kontras dengan konsonan yang dicirikhaskan dengan penutupan satu atau lebih titik artikulasi di sepanjang rongga suara.

Vokalis band adalah seorang yang mengisi suara dalam suatu grup band. Vokalis bertugas untuk mengisi bagian penyanyi dalam suatu band tersebut.

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan judul yang telah ditetapkan pada bab sebelumnya yaitu tentang presentasi diri Seorang Tantri Kotak, maka fokus penelitian ini meruncing pada 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).

Sehingga untuk menjawab masalah penelitian diatas, maka penelitian ini menggunakan studi dramaturgi.

Dalam konsep dramaturgi, Goffman mengawalinya dengan penafsiran "konsep-diri", dimana 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 peran-peran sosial yang berlainan, yang interaksinya dalam masyarakat berlangsung dalam episode-episode pendek (Goffman dalam Mulyana, 2008:110).

Bertolak dari penjelasan mengenai dramaturgi diatas, maka peneliti mengangkat sub fokus untuk menganalisa presentasi diri pada dua panggung, yaitu panggung depan dan panggung belakang.

1. **Panggung Depan dan Panggung Belakang**

   Dalam perspektif dramaturgis, kehidupan ini ibarat teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan diatas panggung, yang menampilkan peran-peran yang dimainkan para aktor. Untuk memainkan peran sosial tersebut, biasanya sang aktor menggunakan bahasa verbal dan menampilkan perilaku nonverbal tertentu serta mengenakan atribut-atribut

tertentu, misalnya kendaraan, pakaian, dan aksesori lainnya, yang sesuai dengan perannya dalam situasi tertentu.

Lebih jelas akan dibahas dua panggung pertunjukan dalam kajian dramaturgi:

a. Panggung Depan (*Front Stage*)

   Merupakan suatu panggung yang terdiri dari bagian pertunjukkan (*appearance*) atas penampilan dan gaya (*manner*) (Basrowi dan Sudikin, 2002:49-51). Di panggung inilah aktor akan membangun dan menunjukkan sosok ideal dari identitas yang akan ditonjolkan dalam interaksi sosialnya. Pengelolaan kesan yang ditampilkan merupakan gambaran aktor mengenai konsep ideal dirinya yang sekiranya bisa diterima penonton. Aktor akan menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukkan mereka.

   Menurut Goffman di dalam bukunya Deddy Mulyana yang berjudul *Metode Penelitian Kualitatif* aktor menyembunyikan hal-hal tertentu tersebut dengan alasan:

   a) Aktor mungkin ingin menyembunyikan kesalahan yang terjadi saat persiapan pertunjukan, juga langkah-langkah yang diambil untuk memperbaiki kesalahan tersebut. Misalnya, supir taksi mulai menyembunyikan fakta ketika ia salah mengambil arah jalan.

b) Aktor mungkin merasa perlu menunjukkan hanya produk akhir dan menyembunyikan proses memproduksinya. Misalnya dosen memerlukan waktu beberapa jam untuk memberikan kuliah, namun mereka bertindak seolah-olah mereka telah lama memahami materi kuliah itu.

c) Aktor mungkin perlu menyembunyikan "kerja kotor" yang dilakukan untuk membuat produk akhir itu dari khalayak. Kerja kotor itu mungkin meliputi tugas-tugas yang "secara fisik" kotor, semi-legal, kejam dan menghinakan.

d) Dalam melakukan pertunjukan tertentu, aktor mungkin harus mengabaikan standar lain. Akhirnya aktor mungkin perlu menyembunyikan hinaan, pelecehan atau perundingan yang dibuat sehingga pertunjukan dapat berlangsung (Mulyana, 2008:116).

Bertolak dari penjelasan diatas, maka panggung yang dimainkan oleh Tantri Kotak ini ada dua, yaitu panggung depan (*front stage*) Dimana dalam panggung depan dari Tantri Kotak ini akan membangun dan menunjukan sosok ideal dari identitas yang akan ditonjolkannya, yaitu Tantri Kotak sebagai vokalis band yang menjadi profesinya.

b. Panggung Belakang (*Back Stage*)

> Panggung belakang adalah ruang privat yang tidak diketahui orang lain, tempat seseorang atau sekelompok orang leluasa menampilkan wajah aslinya (Mulyana Deddy, 2007:58).

Di panggung inilah individu akan tampil "seutuhnya" dalam arti identitas aslinya. Lebih jauh, panggung ini juga yang menjadi tempat bagi aktor untuk mempersiapkan segala sesuatu atribut pendukung pertunjukannya. Baik itu make-up (tata rias), peran, pakaian, sikap, perilaku, bahasa tubuh, mimik wajah, isi pesan, cara bertutur dan gaya bahasa.

Pada panggung belakang yang nantinya di panggung ini akan menjadikan perbedaan dengan panggung depan :

- ✓ **Lingkungan Keluarga**

  Dalam lingkungan keluarganya seorang Tantri Kotak tetap menampilkan sikap dan prilakunya Tantri sebagai diri yang sesungguhnya, bukan menampilkan/menunjukan dia sebagai Tantri Kotak.

Di panggung inilah, aktor boleh bertindak dengan cara yang berbeda dibandingkan ketika berada di hadapan penonton, jauh dari peran publik. Di sini bisa terlihat perbandingan antara penampilan "palsu" dengan keseluruhan kenyataan diri seorang aktor.

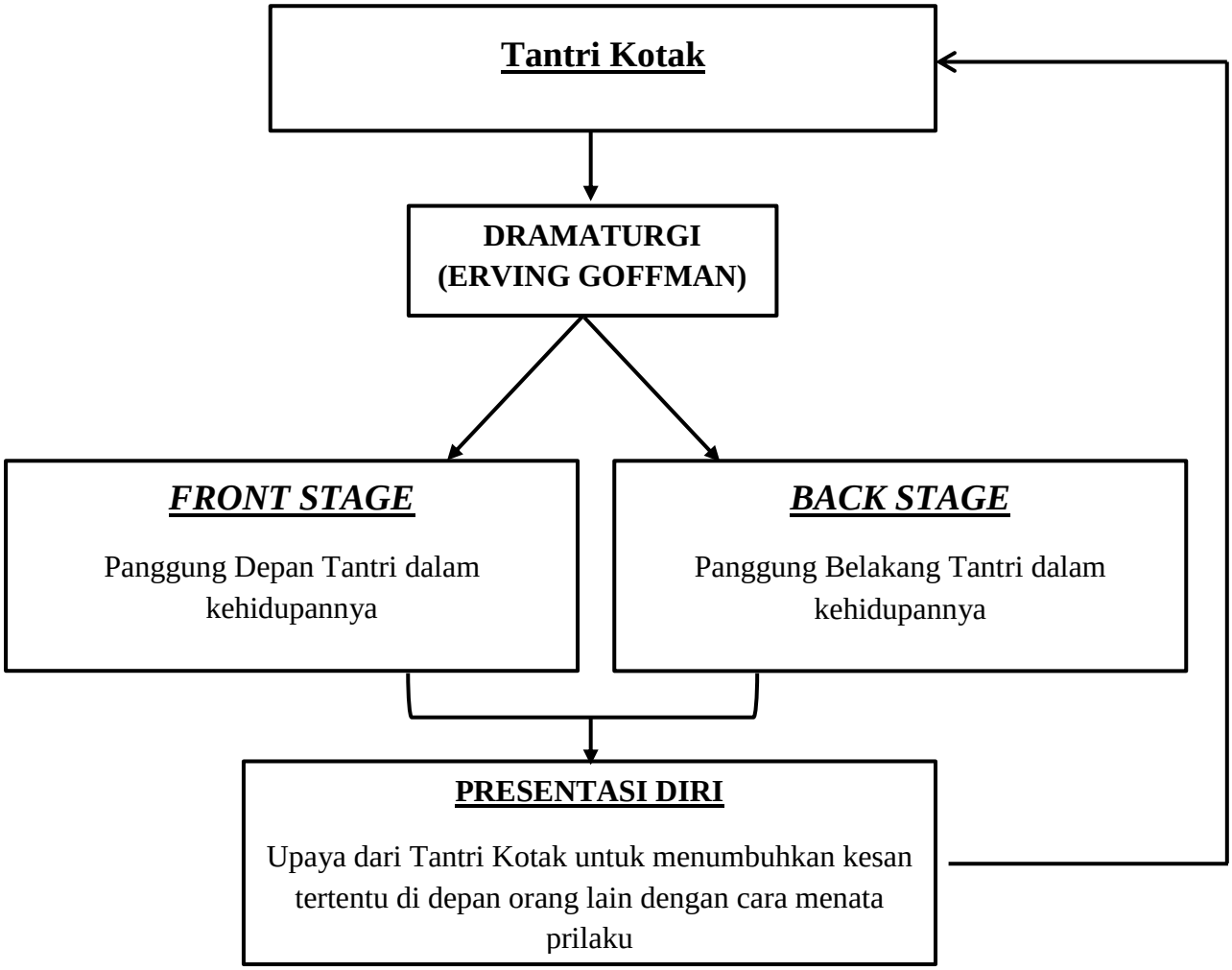
Maka, melalui kajian mengenai presentasi diri yang dikemukakan oleh Goffman dengan memperhatikan aspek *front stage* dan *back stage*, upaya untuk menganalisa pengelolaan kesan yang dilakukan dapat semakin mudah untuk dikaji

dalam perspektif dramaturgi. Karena walau bagaimanapun, manusia tidak pernah lepas dalam penggunaan simbol-simbol tertentu dalam hidupnya.

Sedangkan di panggung belakang, maka seorang Tantri Kotak ini akan tampil seutuhnya sebagai orang biasa yang mempunyai kewajiban sebagai seorang ibu dalam keluarganya. Sehingga dengan dikajinya dua panggung yang berbeda, maka akan muncul nilai-nilai lain dari seseorang yang berprofesi sebagai Vokalis Band.

Gambar 2.1

Model Alur Kerangka pemikiran



(Sumber, Peneliti 2017)