

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis

Kajian tentang penelitian terdahulu menjadi penting untuk dijadikan rujukan kajian pustaka oleh penulis dalam melakukan penelitian. Berikut adalah *review* penelitian sejenis yang relevan dan berkaitan dengan masalah yang penulis teliti.

Penulis	Judul Penelitian	Tahun	Metode Penelitian	Hasil Kajian
M. Tegar	Dramaturgi Mahasiswi Berkerudung di Kampus	2013	Kualitatif	Penelitian ini mengenai fenomena wanita yang menggunakan kerudung di Fikom Unisba. Dilihat dari prespektif dramaturgis, dimana ada perbedaan cara berpakaian mahasiswi yang diteliti ketika berada di kampus dengan ketika mereka berada di luar kampus.
Ammi Rosgiana	Komunikasi Politik Pencitraan Selebritis Dede Yusuf	2009	Kualitatif	Hasil kajiannya yaitu ada 2 peran yang harus dimainkan oleh Dede Yusuf, yang pertama ketika menjadi seorang wakil gubernur Jabar atau bisa disebut <i>front Stage</i> ,

				<p>dan ketika ia menjadi seorang artis atau selebritis yang sering tampil di layar televisi atau bisa disebut <i>back stage</i>, dalam keduanya ada pencitraan yang ia lakukan, hasilnya Dede Yusuf dapat melakukan suatu pencitraan dengan baik melalui <i>impression management</i> yang ia lakukan baik di wilayah depan maupun belakang.</p>
Gisky Andria Putra	Pengelolaan Kesan Oleh Pengemis	2012	Kualitatif	<p>Penelitian ini menjelaskan tentang pengelolaan kesan oleh pengemis, meliputi aspek verbal dan non verbal. Aspek verbal yang digunakan di wilayah panggungdepan (front stage) adalah dengan mengucapkan Assalamualaikum Dan Alhamdulillah, sedangkan aspek non verbal meliputi nada suara, gerakan tubuh, penampilan, ekspresi wajah, alat, dan mistifikasi. Di wilayah panggung belakang (back stage), pengemis melakukan pengelolaan kesan melalui nada suara, gerakan tubuh,</p>

				<p>penampilan dan ekspresi wajah. Pengemis menampilkan kesan yang berbeda pada kedua Setting tersebut. Di wilayah panggung depan (front stage), pengemis sengaja membentuk kesan untuk mendapatkan pemberian atau sedekah dari orang lain (calon dermawan), sedangkan di wilayah panggung belakang (back stage), pengemis membentuk kesan seperti orang biasa dalam sebuah lingkungan sosial</p>
--	--	--	--	--

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Komunikasi

Banyak definisi komunikasi bersifat khas, mencerminkan paradigma dan prespektif yang digunakan ahli- ahli komunikasi tersebut dalam mendekati fenomena komunikasi.

Dalam pendekatan saintifik orang- orang yang terlibat dalam komunikasi dikategorikan sebagai pengirim pesan (sasaran, komunikate) dalam pendekatan yang lebih humanistik, mereka disebut peserta-peserta komunikasi (*communication participants*) atau keduanya disebut komunikator (*communicator*). (Mulyana, 2007 : 58)

Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dari kata yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan. Kemudian dalam bahasa Latin *communicatus*, yang artinya berbagi atau milik bersama. Atau dari kata *communis* berarti milik bersama atau berlaku dimana-mana, sehingga kata *communis opinio* mempunyai arti pendapat umum atau pendapat mayoritas (Liliweri,1991:3). Adapun dalam literatur ilmiah ditemukan sangat banyak definisi komunikasi oleh para ahli. Diantaranya adalah definisi Harold D. Laswell (Liliweri,1991:7) yang mendefinisikan komunikasi yaitu "who says what in which channel to whom with what effect". Kemudian definisi Hovland (1948) mengatakan bahwa "*Communication as the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbol) to modify the behavior of the other individuals (communicant)*". Sedangkan Hick dan Gullett (1996 : 322) mengemukakan "Communication is the transfer and understanding from one person to another".

Kata komunikasi atau dalam bahasa Inggris "*communication*", berasal dari kata latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna mengenai suatu hal(Effendy, 2002:3). Akan tetapi definisi-definisi kontemporer menyarankan bahwa komunikasi merujuk pada cara berbagai hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat "kita berbagi pikiran", "kita mendiskusikan makna" dan "kita mengirimkan pesan" (Mulyana, 2005 : 41).

Pengertian mendasar dari komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat

menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Komunikasi antar manusia tercipta melalui komunikasi, baik itu komunikasi verbal (bahasa) maupun nonverbal (simbol, gambar, atau media komunikasi lainnya).

Menurut Everett M. Rogers komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Mulyana, 2005 : 62). Bahasa yang digunakan seseorang dengan menggunakan gramatikal yang berlaku agar dapat dipahami, dimengerti, dan dilakukan oleh orang lain sesuai tujuan seorang pemakai bahasa.

Maksud dari pengertian komunikasi yang telah disampaikan di atas adalah komunikator adalah sumber dari informasi menyampaikan informasi tersebut kepada komunikan dengan tujuan merubah tingkah laku dari komunikan dan diharapkan adanya suatu timbal balik dari pemaknaan isi informasi yang telah disampaikan.

Ilmu Komunikasi dijabarkan tujuh buah definisi yang dapat mewakili sudut pandang dan konteks pengertian komunikasi. Definisi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Hovland, Janis & Kelley:1953,

Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak).

2. Berelson dan Stainer, 1964.

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lain-lain.

3. Lasswell, 1960.

Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?)

4. Gode, 1959

Komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih.

5. Barnlund, 1964

Komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.

6. Ruesch, 1957.

Komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan.

7. Weaver, 1949.

Komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya.

Pesan adalah produk utama komunikasi. Pesan berupa lambang-lambang yang menjalankan ide/gagasan, sikap, perasaan, praktik atau tindakan. Bisa berbentuk kata-kata tertulis, lisan, gambar-gambar, angka-angka, benda, gerak-gerik atau tingkah laku dan berbagai bentuk tanda-tanda lainnya. Komunikasi

dapat terjadi dalam diri seseorang, antara dua orang, di antara beberapa orang atau banyak orang. Komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Artinya komunikasi yang dilakukan sesuai dengan keinginan dan kepentingan para pelakunya.

2.2.2. Pengertian Citra

Citra merupakan hasil evaluasi dalam diri seseorang berdasarkan persepsi dan pemahaman terhadap gambaran yang telah diolah, diorganisasikan, dan disimpan dalam benak seseorang. Citra dapat diukur melalui pendapat, kesan atau respon seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada dalam pikiran setiap individu mengenai suatu objek, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereka sukai atau yang tidak disukai dari objek tersebut. Suatu citra bisa sangat kaya makna atau sederhana saja. Citra dapat berjalan stabil dari waktu ke waktu atau sebaliknya bisa berubah dinamis, diperkaya oleh jutaan pengalaman dan berbagai jalan pikiran asosiatif. Setiap orang bisa melihat citra suatu objek berbeda-beda, tergantung pada persepsi yang ada pada dirinya mengenai objek tersebut atau sebaliknya citra bisa diterima relatif sama pada setiap anggota masyarakat, ini yang biasa disebut *opini publik*. Citra merupakan keseluruhan dari persepsi seseorang terhadap satu hal yang dibentuk melalui proses informasi yang diperoleh dari berbagai sumber.

Menurut Nimoeno citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi-kognisi-motivasi-sikap “proses-proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu diartikan sebagai *mental*

representation (citra) dari stimulus.” (dalam Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, 2005)

Empat komponen tersebut dapat diartikan sebagai:

1. Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra.
2. Kognisi yaitu suatu keyakinan diri individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat memengaruhi perkembangannya.
3. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan
4. individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.
5. Sikap adalah 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.

Menurut Jefkins “*The mirror image, is that held by management, which may well be different from that held by outsiders who have a current image based on their knowledge and experience of the organization. The multiple image*

*occurs when different representatives of a company, such as salesman, present personal images rather than a uniform image of their organisation. **The corporate image** is that of the organisation itself, based on its reputation, activities and behavior. A **product image** is that based on the quality, performance, selling points or distinctiveness of a product.*"(dalam Yulianita, 2007:45).

2.2.3. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi antar pribadi dalam kegiatan belajar mengajar antara guru dan murid. Pada saat itulah *impression management* guru berlangsung sekaligus siswa dapat melihat seorang guru membentuk citra diri (*self image*).

Deddy mulyana mengutip dari Ralph Webb Jr, dalam buku "*Interpersonal Communications Principles and Practices*", bahwa :

Kelebihan konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi adalah bahwa komunikasi tersebut tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respon yang dapat diamati. Artinya, komunikasi terjadi apakah para pelakunya menyengajanya atau tidak dan bahkan meskipun menghasilkan respons yang tidak dapat diamati. Berdiam diri, mengabaikan orang lain disekitar, bahkan meninggalkan ruangan semuanya mengirimkan sejenis pesan. Gaya pakaian dan rambut, nada suara, kata-kata yang digunakan semua itu mengkomunikasikan sikap, kebutuhan, perasaan dan penilaian. (Mulyana, 2002 : 67)

Maka ketika seorang guru tengah memberikan pelajaran di depan sejumlah murid, komunikasi terjadi berdasarkan fakta bahwa murid menafsirkan apa yang dijelaskan guru, namun juga guru menafsirkan bagaimana perilaku anak didiknya, misalnya murid menggaruk- garuk rambutnya saat ditanya oleh guru, hal itu menandakan rasa bingung atau bahkan tidak tahu. Dan semuanya itu terjadi secara spontan.

Komunikasi yang dipakai di dalam penelitian ini adalah komunikasi antar pribadi sebagai bagian dari kegiatan belajar mengajar antara guru dan murid, dimana pada saat itulah *impression management* (pengelolaan kesan) guru berlangsung dan disaat itulah murid sebagai komunikan melihat dan membentuk citra diri (*self image*) guru.

Pengertian komunikasi antarpribadi yang diungkapkan Joseph. A. Devito dalam bukunya "*Interpersonal Communication Book*"(1984:4) bahwa komunikasi antar pribadi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek atau beberapa umpan balik seketika. (Effendy, 2001:59).

Kita mengetahui orang lain menilai kita berdasarkan petunjuk-petunjuk yang kita berikan dan dari penilaian itu mereka memperlakukan kita. Adapun pengelolaan kesan tersebut dapat berupa penampilan berarti petunjuk artifaktual, dan gaya bertingkah laku (*manner*) untuk membrikan kesan tertentu.

Pendekatan teoritis secara umum dari Goffman adalah bahwa setiap kegiatan interaksi dan komunikasi antarpribadi harus dapat ditinjau dari konteks *frame analysis* itu. Konteks *frame analysis* itu terlihat dengan jelas pertemuan tatap muka dimana setiap jenis perjumpaan ini difokuskan pada interaksi, karena orang dalam jenis pertemuan ini memusatkan perhatian dan penerimaan yang timbale balik. Dari pengertian itu maka menurut Goffman, *relationship* terjadi karena interaksi timbal balik yang mampu bertahan. Ada pula beberapa istilah dari prespektif pendekatan umum yang dibuat oleh Goffman. Ia menyebutkan

strip, merupakan setiap sekuan atau urutan tindakan seseorang yang selalu berubah-ubah. Liliweri dalam(annisa, 2005:13)

Kemudian istilah *frame*, yaitu suatu unsure dasar pengorganisasian yang digunakan dalam mendefinisikan sesuatu. Dalam interaksionisme simbolis di mana perilaku individu sangat ditentukan oleh masyarakatnya, maka terjadi apa yang disebut *social framework*. Tekanan khusus pada pikiran Goffman bahwa *self presentation* sebenarnya tidak lain usaha seseorang untuk mempresentasikan diri sebaik-baiknya diatas panggung sesuai dengan perannya dalam situasi yang diwakili oleh peran itu.(Liliweri, 1997:147-148)

Jalaludin Rakhmat (1994 : 80-120) meyakini bahwa komunikasi antarpribadi dipengaruhi oleh persepsi interpersonal, konsep diri, atraksi interpersonal, dan hubungan interpersonal.

1. Persepsi interpersonal

Persepsi adalah memberikan makna pada stimuli inderawi, atau menafsirkan informasi inderawi. Persepsi interpersonal adalah memberikan makna terhadap stimuli inderawi yang berasal dari seseorang(komunikan), yang berupa pesan verbal dan nonverbal. Kecermatan dalam persepsi interpersonal akan berpengaruh terhadap keberhasilan komunikasi, seorang peserta komunikasi yang salah memberi makna terhadap pesan akan mengakibatkan kegagalan komunikasi.

2. Konsep diri

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Konsep diri yang positif, ditandai dengan lima hal, yaitu:

a. Yakin akan kemampuan mengatasi masalah; b. Merasa setara dengan orang lain; c. Menerima pujian tanpa rasa malu; d. Menyadari, bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat; e. Mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubah. Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi antarpribadi, yaitu:

a. Perbuatan yang dipenuhi sendiri. Karena setiap orang bertingkah laku sedapat mungkin sesuai dengan konsep dirinya. Bila seseorang siswa menganggap dirinya sebagai orang yang rajin, ia akan berusaha menghadiri kuliah secara teratur, membuat catatan yang baik, mempelajari materi kuliah dengan sungguh-sungguh, sehingga memperoleh nilai akademis yang baik.

b. Membuka diri. Pengetahuan tentang diri kita akan meningkatkan komunikasi, dan pada saat yang sama, berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri kita. Dengan membuka diri, konsep diri menjadi dekat pada kenyataan. Bila konsep diri sesuai dengan

pengalaman kita, kita akan lebih terbuka untuk menerima pengalaman-pengalaman dan gagasan baru.

- c. Percaya diri. Ketakutan untuk melakukan komunikasi dikenal sebagai *communication apprehension*. Orang yang aprehensif dalam komunikasi disebabkan oleh kurangnya rasa percaya diri. Untuk menumbuhkan percaya diri, menumbuhkan konsep diri yang sehat menjadi perlu.
- d. Selektivitas. Konsep diri mempengaruhi perilaku komunikasi kita karena konsep diri mempengaruhi kepada pesan apa kita bersedia membuka diri (terpaan selektif), bagaimana kita mempersepsi pesan (persepsi selektif), dan apa yang kita ingat (ingatan selektif). Selain itu konsep diri juga berpengaruh dalam penyandian pesan (penyandian selektif).

3. Atraksi interpersonal

Atraksi interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang. Komunikasi antarpribadi dipengaruhi atraksi interpersonal dalam hal:

- a. Penafsiran pesan dan penilaian. Pendapat dan penilaian kita terhadap orang lain tidak semata-mata berdasarkan pertimbangan rasional, kita juga makhluk emosional. Karena itu, ketika kita menyenangi seseorang, kita juga cenderung melihat segala hal yang berkaitan dengan dia secara positif.

Sebaliknya, jika membencinya, kita cenderung melihat karakteristiknya secara negatif.

- b. Efektivitas komunikasi. Komunikasi antarpribadi dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Bila kita berkumpul dalam satu kelompok yang memiliki kesamaan dengan kita, kita akan gembira dan terbuka. Bila berkumpul dengan dengan orang-orang yang kita benci akan membuat kita tegang, resah, dan tidak enak. Kita akan menutup diri dan menghindari komunikasi.

4. Hubungan interpersonal

Hubungan interpersonal dapat diartikan sebagai hubungan antara seseorang dengan orang lain. Hubungan interpersonal yang baik akan menumbuhkan derajat keterbukaan orang untuk mengungkapkan dirinya, makin cermat persepsinya tentang orang lain dan persepsi dirinya, sehingga makin efektif komunikasi yang berlangsung diantara peserta komunikasi. Miller (1976:15) dalam *Explorations in Interpersonal Communication*, menyatakan bahwa "Memahami proses komunikasi interpersonal menuntut hubungan simbiosis antara komunikasi dan perkembangan relasional, dan pada gilirannya (secara serentak), perkembangan relasional mempengaruhi sifat komunikasi antara pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan tersebut."

2.2.4. *Impression Management* (Pengelolaan Kesan)

Pengelolaan kesan (*Impression Management*) adalah ketika orang-orang berinteraksi dalam suatu pergaulan dengan sesamanya, maka setiap orang ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima oleh orang lain. Tindakan seperti ini bukanlah upaya kepura-puraan atau manipulative, melainkan bagian yang wajar dalam suatu interaksi sosial. Dan upaya ini disebut sebagai pengelolaan kesan atau "*impression management*", yakni "teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu". (Mulyana, 2001 : 112).

Untuk membentuk kesan tentang diri kita kepada orang lain maka kita "rekayasa" perilaku kita, dengan tujuan untuk member tahu siapa kita. Atau dengan kata lain orang memperoleh kesan tentang diri kita dan pembicaraan kita, maka dengan itu kita atur pembicaraan kita sesuai dengan kesan yang ingin kita peroleh. Kita mengendalikan pengaruh yang akan ditimbulkan dari apa yang kita tampilkan, bagaimana kita menampilkan dan memperlakukannya, sesuai dengan citra diri yang dibayangkan dalam benak kita. Jadi kita bukan hanya sebagai pelaku, namun juga sebagai khalayak. Singkatnya, kita mengelola informasi yang kita berikan kepada orang lain dan "rekayasa" inilah yang menjadi inti dari pengelolaan kesan.

"Goffman menyebut aktivitas untuk mempengaruhi orang lain itu sebagai pertunjukan (*performance*)" (Mulyana, 2001 : 113). Namun, sebagian dari pertunjukan itu bisa saja mungkin diperhitungkan oleh si pelaku untuk memperoleh respon tertentu, sebagian lainnya mungkin kurang diperhitungkan

dan akan lebih mudah dilakukan karena pertunjukan itu tampak alami, namun pada dasarnya pelaku tetap ingin meyakinkan orang lain agar menganggapnya sebagai orang yang ditunjukkan si pelaku. Mekanisme ini dilakukan bukan hanya terhadap orang yang belum atau baru dikenal, melainkan juga terhadap orang yang sudah dikenal dengan baik. Bila dalam interaksi dengan orang yang sudah lama dikenal, maka kita harus memastikan identitas sosial yang mereka kedepankan, suasana hati mereka, kesan mereka terhadap kita, terlebih lagi dalam interaksi dengan orang yang baru dikenal.

Oleh karena itu, kita membutuhkan lebih banyak informasi lagi mengenai orang yang baru kita kenal atau belum kita kenal agar kita dapat memperlakukan mereka dan mengetahui apa yang dapat kita harapkan dari mereka.

Dalam kesehariannya setiap individu akan saling berinteraksi dengan individu lainnya. Yang dimana didalamnya terdapat tindakan dari individu-individu tersebut. *Impression management* dilakukan oleh setiap individu, baik itu oleh individu yang beranjak dewasa maupun yang sudah dewasa sekalipun. Namun, suatu *impression management* itu sebaiknya dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab. Karena apabila tidak dan kurang berhati-hati, maka akan menimbulkan kesan yang tidak ada artinya dan membuat suatu pertunjukan individu tidak dipercaya lagi oleh khalayak penonton.

Goffman mengatakan tentang *impression management* atau pengelolaan kesan adalah teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu (Mulyana, 2001 :

112). Memberikan pertunjukan sebagai suatu pokok referensi atau acuan terkadang memberi rasa aman untuk menggunakan atau istilahnya panggung depan, yang dimana mengacu pada suatu tempat dimana pertunjukan itu disampaikan. Panggung depan ini dibagi menjadi dua bagian yaitu panggung pribadi (*personal front*) dan *setting*, yang selanjutnya dapat dibagi menjadi penampilan (*appearance*) dan gaya (*manner*). Panggung pribadi terdiri dari alat-alat yang dapat dianggap khalayak sebagai perlengkapan yang dibawa aktor ke dalam *setting*. Panggung pribadi juga mencakup bahasa verbal dan non verbal sang aktor, misalnya gerakan mata yang tajam, berbicara sopan, pengucapan istilah-istilah asing, intonasi, postur tubuh, ekspresi wajah, pakaian, penampilan usia, ciri-ciri fisik, dan sebagainya. Dan *setting* adalah situasi fisik yang harus ada ketika aktor harus melakukan pertunjukan. Goffman mengatakan bahwa “*the fixed sign equipment in asuch aplace has already been refered to as that part or front called setting*” (Goffman, 1959 : 110). Penampilan (*appearance*) adalah stimuli yang memberitahukan status sosial pelaku, sedangkan gaya (*manner*) adalah stimuli yang menggambarkan peranan interaksi yang diharapkan si pelaku.

2.2.5. Teori Mengajar

Dalam teori mengajar menurut Ausubel ini, sering juga disebutkan bahwa mengajar adalah memberikan bahan verbal yang bermakna bagi siswa . inti utama dalam mengajar adalah mengidentifikasi apa yang telah diketahui siswa dan menerangkan apa yang perlu diketahuinya lebih lanjut serta bagaimana menstrukturkannya sehingga apa yang dipelajarinya tersebut mudah untuk di pahami

sebagai suatu kebulatan pengetahuan yang utuh.berhubungan dengan itu,maka Ausubel mengemukakan konsep antara lain :

1. Bahan Pengait

Berupa bahan atau materi pembelajaran lain akan tetapi sangat berkaitan dengan materi yang akan atau sedang diajarkan. Sehingga guru dituntut untuk tahu dan dapat mempelajari bahan-bahan lain yang berkaitan dengan materi yang disaksikan. Seperti jika seorang guru menerangkan tentang gerhana matahari total maka bahan pengaitannya adalah perdasaran planet.

2. Belajar Bermakna

Mempelajari bahan pelajaran dengan berusaha menghayati makna logis dan makna psikologis dari materi yang disajikan.

a. Makna Logis yaitu makna yang terdapat dalam kamus atau dengan perkataan lain adalah makna yang tidak terbantah kebenarannya.

b. Makna Psikologis yaitu menurut persepsi seseorang terhadap apa yang diterimanya,sehingga bisa saja makna psikologis ini akan berbeda masing-masing orang.

Menurut Ausubel ,beberapa definisi mengajar :

- a. Menanamkan pengetahuan pada anak
- b. Menyampaikan kebudayaan pada anak

c. Mengatur lingkungan-terjadi PBM

Pemahaman Guru:

- a. Mampu melaksanakan komunikasi dengan baik
- b. Mampu mengintegrasikan diri dengan bahan yang diajarkan
- c. Mengenal dengan baik murid-muridnya
- d. Menguasai belajar dengan baik

Gaya mengajar :

- a. Cara berdiri di depan kelas
- b. Cara bergerak dan berjalan
- c. Gerakan tangan yang dilakukan
- d. Pandangan mata
- e. Mimik dan gerak muka
- f. Suara
- g. Sikap berdiri
- h. Cara menulis
- i. Cara bertanya
- j. Cara menenangkan kelas
- k. Cara memuji

Sumber (<http://wajahpengetahuan.blogspot.com/2013/10/teori-belajar-dan-teori-mengajar.html>). Diakses pada 03/13/15, pukul:21:10

2.2.6. Kehidupan Petani

Menjadi petani merupakan sebuah profesi yang tidak hanya membutuhkan tenaga, namun juga pengetahuan bagaimana tata cara bertani tersebut. Dalam cara menanam, memupuk, menyiram, merawat dan lainnya pun perlu pengetahuan yang harus dikuasai agar tanaman/ sayuran dapat tumbuh dengan baik, dan dapat dipanen dengan hasil yang memuaskan.

Dalam kehidupan pertanian sayuran menggunakan sistem bercocok tanam tanpa bajak atau dalam antropologi disebut *hand agriculture* (Koentjaraningrat, 1998:69). Sistem ini dilakukan dengan cara tanah diolah menggunakan cangkul terlebih dahulu, lalu menanam bibit, member pupuk dan menyiram.

2.2.7. Dramaturgi

Dramaturgi adalah suatu pendekatan yang lahir dari pengembangan teori interaksionisme simbolik. Dramaturgi sendiri diartikan sebagai suatu model untuk mempelajari tingkah laku manusia, tentang bagaimana manusia itu menetapkan arti kepada hidup mereka.

Lahirnya istilah dramaturgi, dipopulerkan oleh Erving Goffman, yang merupakan salah seorang sosiolog yang paling berpengaruh di abad 20. Goffman memperkenalkan konsep dramaturgi yang bersifat penampilan teateris. Bukan lagi individu yang sebebannya dalam menentukan makna, tetapi konteks yang lebih luas menentukan makna (dalam hal ini: penonton sang aktor). Tugas aktor hanya menyiapkan dirinya dengan berbagai atribut pendukung dari peran yang ia mainkan, sedangkan bagaimana makna itu tercipta, khalayaklah (penonton) yang

memberi interpretasi. Menurut Goffman, komunikasi antar pribadi terjadi bagai dalam teater metafora (di atas panggung).

Ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Untuk itu, setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain (Goffman dalam Mulyana, 2001: 107)

Dalam Dramaturgi terdiri dari *Front stage* (panggung depan) dan *Back Stage* (panggung belakang). *Front Stage* yaitu bagian pertunjukan yang berfungsi mendefinisikan situasi penyaksi pertunjukan. *Front stage* dibagi menjadi dua bagian, *Setting* yaitu pemandangan fisik yang harus ada jika sang aktor memainkan perannya. Dan *Front Personal* yaitu berbagai macam perlengkapan sebagai pembahasa perasaan dari sang aktor. *Front personal* masih terbagi menjadi dua bagian, yaitu *Penampilan* yang terdiri dari berbagai jenis barang yang mengenalkan status sosial aktor. Dan *Gaya* yang berarti mengenalkan peran macam apa yang dimainkan aktor dalam situasi tertentu. *Back stage* (panggung belakang) yaitu ruang dimana disitulah berjalan skenario pertunjukan oleh “tim” (masyarakat rahasia yang mengatur pementasan masing-masing aktor).

2.2.8. Penerapan Konsep Dramaturgi Terhadap Perilaku Keseharian Guru

Konsep dramaturgi yang dipaparkan oleh seorang sosiolog Ervin Goffman ternyata memang terjadi diberbagai bidang kehidupan kita. Dimana konsepnya dapat memberikan gambaran sisi orang yang berbeda- beda, yang dimana seseorang menyajikan sisi lain dari kehidupannya untuk memperoleh kesan apa yang ingin didapatkan dihadapan khalayak. Hal ini terjadi sama dalam profesi

seorang guru SMK 45 lembang dalam pembentukan kesan yang di buat terhadap siswa dan siswi yang di sekolah tempat ia mengajar.

Banyak hal yang dapat dilakukan seorang guru untuk menciptakan kesan yang diinginkan di depan para siswanya. Dalam dramaturgi berarti guru tersebut tengah berada di panggung depan. Ia bisa menjadi seorang yang tegas, komunikatif, rapi dalam berpakaian, disiplin dan lainnya. Sehingga, khalayak yang dituju mengetahui kapasitasnya sebagai seorang guru dengan berpenampilan demikian. Berbeda ketika ia berada diluar profesinya, ketika di rumah ataupun lingkungan sekitar tempat tinggalnya, ia berpenampilan dan berperilaku selayaknya warga biasa. Hal tersebut ia lakukan sesuai dengan kebutuhan profesi ketika ia menjadi seorang guru dengan menumbuhkan citra dari pengelolaan kesan yang dibentuk oleh guru tersebut, yang didalam dramaturgi berperan sebagai aktor ketika dia berada di panggung depan (*front stage*).