

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Review Penelitian Sejenis*

Penelitian terdahulu adalah referensi yang berkaitan dengan penelitian.

Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan, antara lain sebagai berikut:

1. Presentasi Diri Presenter Olahraga Wanita Global TV (Siti Hairun Nisa, Skripsi, Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba, 2008). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Front Stage* dan *Back Stage* yang dibangun oleh seorang presenter olahraga Global TV. 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 presenter olahraga Global TV yang bernama Pia. Di mana ada dua panggung pertunjukan yang harus ia mainkan yaitu ketika menjadi presenter yang disebut *front stage* dan ketika sedang mempersiapkan diri di belakang layar atau ketika berada di kantor bersama lingkungan kerja dan lingkungan kesehariannya yang disebut *back stage*. Berdasarkan hasil analisa data yang telah penulis uraikan, maka penulis disini menarik kesimpulan mengenai panggung depan dan panggung belakang: Panggung Depan wilayah depan dipahami sebagai wilayah yang hanya menonjolkan status presenter olahraga wanita di depan layar kaca. Pengelolaan kesan yang dilakukan meliputi manipulasi

simbol-simbol gaya berbusana, *make over*, bahasa tubuh (perilaku dan sikap), isi pesan dan gaya bahasa yang meliputi ruang lingkup studio *On-Air*. Dari perspektif dramaturgi, peristiwa ini dipahami sebagai upaya yang disengaja dalam rangka *impression management* atas dirinya. Ia menginginkan kesan yang didapat oleh orang terhadap dirinya yaitu peran dan fungsi dirinya sebagai presenter olahraga wanita di televisi. Panggung Belakang. Wilayah panggung belakang dipahami oleh subjek penelitian sebagai wilayah di mana ia mempersiapkan dirinya sebelum pertunjukan dan memperlihatkan kondisi *real* pada kesehariannya. Ruang lingkup dalam wilayah ini adalah kehidupan sehari-hari dan kantor.

2. Komunikasi Politik Pencitraan Selebritis Dede Yusuf (Ammi Rosgiana, Skripsi, Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba, 2009). 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. Peneliti disini beranggapan akhir-akhir ini banyak selebritis atau artis yang terjun ke dunia politik, entah sebagai *trend* atau artis tersebut telah menemukan pemikirannya sendiri tentang dunia yang

penuh intrik ini. Seperti yang diketahui bahwa artis telah terbiasa dengan media dan bahkan dengan *public* penggemarnya. Artis yang terjun dalam dunia politik tentu sudah mempunyai pencitraan yang terbentuk dari karakter-karakter yang dimainkan dalam perannya di media, baik dalam sinetron, film layar lebar, atau iklan. Otomatis khalayak terbiasa melihat atau bahkan mempunyai kesan tersendiri terhadap selebritis atau artis tersebut. Dengan citra awal sebagai artis yang terjun ke dunia politik, tentu ini menjadi fenomena tersendiri yang menarik untuk diteliti. Karena *pertama*, Dede Yusuf adalah selebritis pertama yang menduduki posisi tertinggi di pemerintahan saat ini yaitu sebagai wakil gubernur, *kedua*, karena hal ini mendobrak tradisi yang awalnya belum pernah ada seorang selebritis yang duduk di kursi pemerintahan dengan adanya hal ini dapat menjadi “*tren*” dikalangan selebritis untuk berlomba dalam menduduki kursi pemerintahan. Untuk itu, setiap orang melakukan “pertunjukan” bagi orang lain. juga yang dilakukan oleh seorang Dede Yusuf dia melakukan suatu pengelolaan kesan baik itu disengaja maupun tidak, untuk kepentingan status sosialnya dimata orang lain, atau demi kepentingan financial atau politik tertentu. Pengelolaan kesan yang dilakukan oleh tim pertunjukan menunjukkan bahwa Dede adalah sosok yang dipercaya mengemban amanah besar sehingga banyak orang yang rela untuk mendukung dan memberikan seluruh kemampuan terbaiknya untuk menjadikan Dede Yusuf seorang pemimpin yang diharapkan akan membawa perubahan. Khalayak pun bisa disebut sebagai bagian dari tim

pertunjukan. Artinya, agar pertunjukan sukses, khalayak juga harus berpartisipasi untuk menjaga agar pertunjukan secara keseluruhan berjalan lancar.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Penelitian ini

Identitas Penelitian	Siti Hairun Nisa	Ammi Rosgiana	Yaby Asikin Sutrisna
1. Judul Penelitian	Presentasi Diri Presenter Olahraga Wanita Global TV	Komunikasi Politik Pencitraan Selebritis Dede Yusuf	Demistifikasi Band <i>Patrolice</i> di panggung sebagai band Reggae
2. Tujuan	Mengetahui <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i> yang dibangun oleh seorang presenter olahraga Global TV	Mengetahui panggung depan dan panggung belakang yang dilakukan oleh artis atau selebritis yang terjun di dunia politik yaitu Dede Yusuf	Mengetahui panggung depan (<i>front stage</i>) dan panggung belakang (<i>back stage</i>) yang dilakukan Band <i>Patrolice</i> sebagai Band Reggae
3. Metode dan Perspektif	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.	Jenis penelitian yang dipakai menggunakan studi kualitatif dengan pendekatan dramaturgi Erving Goffman	Jenis penelitian yang dipakai menggunakan studi kualitatif dengan pendekatan dramaturgi Erving Goffman
4. Teori	Erving Goffman <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i>	Erving Goffman <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i>	Erving Goffman <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i>
5. Hasil	Panggung Depan wilayah depan dipahami sebagai wilayah yang hanya menonjolkan status presenter olahraga wanita di depan layar kaca. Pengelolaan kesan yang dilakukan meliputi manipulasi simbol-simbol gaya berbusana, <i>make over</i> , bahasa tubuh (perilaku dan sikap), isi pesan dan gaya bahasa yang meliputi ruang lingkup studio <i>On-Air</i> . Wilayah	Pengelolaan kesan yang dilakukan oleh tim pertunjukan menunjukan bahwa Dede adalah sosok yang dipercaya mengemban amanah besar sehingga banyak orang yang rela untuk mendukung dan memberikan seluruh kemampuan terbaiknya untuk menjadikan Dede Yusuf seorang pemimpin yang diharapkan akan membawa perubahan.	

Identitas Penelitian	Siti Hairun Nisa	Ammi Rosgiana	Yaby Asikin Sutrisna
	panggung belakang dipahami oleh subjek penelitian sebagai wilayah di mana ia mempersiapkan dirinya sebelum pertunjukan dan memperlihatkan kondisi <i>real</i> pada kesehariannya. Ruang lingkup dalam wilayah ini adalah kehidupan sehari-hari dan kantor		
6. Perbedaan	Subjek dalam penelitian ini adalah seorang presenter olahraga Global TV yang bernama Pia. Di mana ada dua panggung pertunjukan yang harus ia mainkan yaitu ketika menjadi presenter yang di sebut <i>front stage</i> dan ketika sedang mempersiapkan diri di belakang layar atau ketika berada di kantor bersama lingkungan kerja dan lingkungan kesehariannya yang disebut <i>back stage</i> .	Subjek dalam penelitian ini adalah seorang artis sekaligus politikus yang bernama Dede Yusuf	

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di sebuah organisasi, di rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau di mana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi.

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu ini memaksa manusia perlu berkomunikasi. Pentingnya komunikasi bagi kehidupan manusia, sehingga komunikasi yang pada mulanya hanya sebagai fenomena sosial, dalam perkembangan selanjutnya berkembang menjadi ilmu dan telah mempunyai syarat-syarat untuk disebut sebagai ilmu komunikasi. Dengan demikian, banyak para ahli merumuskan tentang pengertian komunikasi.

Komunikasi pada dasarnya adalah suatu proses dinamis yang secara sinambung mengubah pihak-pihak yang berkomunikasi. Karena penafsiran yang diterima orang akan bergantung pada persepsinya masing-masing. Karena itulah, komunikasi disebut proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi (Mulyana, 2005: 68). Setiap orang pasti melakukan komunikasi dengan melakukan proses interaksi baik ke sesama individu, kelompok, ataupun komunikasi kepada massa. Mereka melakukan komunikasi tidak lain untuk menyalurkan pemikiran kepada yang lain, dan mempengaruhi mereka dengan komunikasi yang dilakukannya. Tetapi tidak semua orang berpendapat sama dengan orang yang memberikan pengaruh, setiap individu mempunyai argumentasi dan pendapat yang berbeda-beda yang menjadikan pemahaman di setiap individu pun berbeda.

Karakteristik dari komunikasi itu sendiri adalah komunikasi merupakan suatu proses, komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan, komunikasi adalah upaya yang disengaja dan punya

tujuan (dilakukan dalam keadaan sadar). Komunikasi bersifat simbolis, komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang atau simbol-simbol

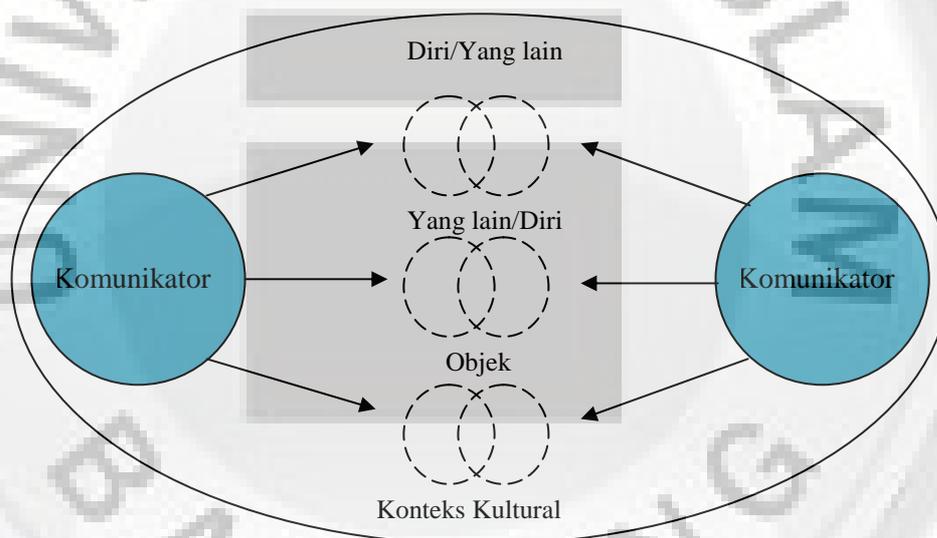
Definisi komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan atau di antara dua atau lebih dengan tujuan tertentu. Definisi tersebut memberikan beberapa pengertian pokok yaitu komunikasi adalah suatu proses mengenai pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan.

Bernard Berelson dan Gary A. Steiner menyebutkan “komunikasi sebagai transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.” (Mulyana, 2007). Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat.

Komunikasi diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan manusia, sebab berkomunikasi dengan baik akan memberikan pengaruh langsung pada struktur keseimbangan seseorang dalam bermasyarakat. Dalam komunikasi memungkinkan terdapat suatu interaksi antar individu sesama anggota kelompok atau antar individu dengan kelompok. Dengan adanya interaksi itu, maka sikap, kehendak dan harapan dari masing-masing yang berinteraksi dapat saling mengetahui, sehingga pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima sesuai dengan harapan dan tujuan komunikator. Dengan demikian komunikasi

berlangsung secara efektif, yaitu dengan terpenuhinya harapan dan tujuan komunikator berupa perubahan perilaku pada diri komunikan.

“Istilah komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”. Komunikasi menyiratkan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2007). Menurut model interaksi simbolik, orang-orang sebagai peserta komunikasi (komunikator) bersifat aktif, reflektif dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan.



Sumber: Mulyana (2007:161)

Gambar 2.1
Model Interaksi Simbolik

Dalam penelitian ini musisi sebagai komunikator berusaha menampilkan dirinya menurut apa yang dia kehendaki. Musisi berupaya menampilkan interpretasi dirinya sebagai simbol dari band yang menaunginya. Dalam komunikasi dibutuhkan kesamaan makna antara komunikator dan komunikan, karena bila terdapat kesamaan makna, komunikasi dapat berlangsung dengan baik

dan lancar. Jelasnya jika seseorang mengerti tentang sesuatu hal yang dinyatakan oleh orang lain kepadanya maka terdapat hubungan yang komunikatif. Dengan demikian, komunikasi mengandung arti usaha manusia untuk menyampaikan suatu pesan kepada manusia lainnya dengan harapan agar manusia lain yang menerima pesan tersebut dapat mengubah tingkah lakunya atau mengerti akan pesan yang disampaikannya, sesuai dengan kehendak si pengirim pesan.

Pada prinsipnya Dramaturgi merupakan bagian dari kajian ilmu komunikasi yang mana terdapat dalam pembahasan mengenai diri seorang komunikator yang berperan penting dalam proses penyampaian pesan kepada komunikan. Dramaturgi memaparkan bagaimana seorang komunikator dalam hal ini **Patrolice** memainkan peran dalam dua bagian kehidupan mereka yakni *front stage* (panggung depan) dan *back stage* (panggung belakang) mereka yang semata-mata agar menimbulkan suatu suasana dan kesan dihadapan para fans atau penontonnya. Dengan demikian mereka dapat menyesuaikan diri dengan apa yang menjadi tujuan band yang menaunginya.

2.2.2 Komunikasi Seni

Dalam mengkomunikasikan nilai seni, seniman mewujudkan gagasannya dalam wujud benda seni agar dapat diterima oleh orang lain. Dasar dan syarat penerimaan adalah konteks sosio-budayanya. Karena kondisi sosio-budaya dapat berubah dalam perkembangannya, nilai seni pun dapat berubah pula.

Menurut Sumardjo (2000:188), “Terdapat tiga unsur utama dalam proses pengakuan sebuah benda untuk dapat disebut karya seni, yakni seniman, benda

seni, dan publik seni. Benda seni itu sendiri dapat dilihat dari aspek konteks, bentuk (struktur), dan isi (pesan)". Bersatunya unsur-unsur komunikasi seni ini dalam suatu 'peristiwa seni' akan melahirkan apa yang disebut pengalaman seni. Benda seni yang diciptakan seniman akan diterima nilai-nilainya oleh publik seni dalam konteks sosio-budayanya, dan ini menandakan adanya komunikasi yang sehat.

2.2.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi dipandang dari arti yang lebih luas tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan, tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok. Maka fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah:

- a. Menyampaikan informasi, adalah suatu pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran, pesan, berita, gambar, fakta, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.
- b. Mendidik, adalah memberikan ilmu pengetahuan, dan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta membentuk keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
- c. Menghibur, adalah suatu penyebarluasan simbol, sinyal, suara, dan imaji dari drama, tari, kesenian, musik, olah raga, kesusastraan, kesenangan kelompok dan individu.
- d. *Integrasi*, adalah menyediakan bagi bangsa, kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka saling kenal dan mengerti serta menghargai kondisi pandangan dan keinginan orang lain (Widjaja, 2000:64).

Fungsi komunikasi merupakan pertukaran pesan di mana tidak dapat dipisahkan sebagai kegiatan individu dan kelompok dalam kehidupan manusia sehari-hari dalam menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, dan agar mencapai suatu tujuan.

2.2.4 Tujuan Komunikasi

Komunikasi bertujuan untuk menyampaikan informasi dan mencari informasi, agar apa yang ingin kita sampaikan atau minta dapat dimengerti, sehingga komunikasi kita dapat tercapai. Pada umumnya komunikasi mempunyai beberapa tujuan antara lain :

1. Supaya yang kita sampaikan dapat dimengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya sehingga mereka dapat mengerti dan mengikuti apa yang kita maksudkan.
2. Memahami orang lain, sebagai komunikator harus mengerti apa yang diinginkan, jangan mereka menginginkan kemauannya.
3. Supaya gagasan dapat diterima orang lain, kita harus berusaha dengan pendekatan yang persuasif (Widjaja, 2000:66).

Dalam kutipan di atas bahwa penulis menilai bahwa tujuan komunikasi menjadi efektif ketika pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh komunikan, sehingga timbul saling pengertian dengan maksud yang disampaikan. Komunikator berperan penting dalam memberikan pesan supaya terjadi interaksi dengan komunikan, supaya pesan tersebut bisa diterima harus melalui proses pendekatan yang persuasif dalam berkomunikasi.

2.3 Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), sebagai bagian dari kegiatan komunikasi yang dilakukan antara Band Patrolice dengan orang-orang yang terkait dalam Band Patrolice seperti contohnya *manager*, *road manager*, *photographer* dan lainnya (*public internal*). Dan orang-orang di luar Band (*public*

eksternal) yang memerlukan komunikasi secara langsung tatap muka, di mana pada saat itulah pengelolaan kesan (*impression management*) Band Patrolice berlangsung.

Pergaulan antarmanusia merupakan salah satu bentuk peristiwa komunikasi dalam masyarakat. Di antara manusia yang saling bergaul, ada yang saling berbagi informasi, ada pula yang membagi gagasan dan sikap. Dalam pergaulan antarmanusia selalu terjadi proses penyesuaian pikiran, penciptaan simbol yang mengandung suatu pengertian bersama. Dalam prosesnya yang tatap muka, kemampuan seseorang dalam berbahasa baik secara verbal maupun non verbal menjadi faktor utama dalam keberhasilan komunikasi antarpribadi. Menurut Joseph A. Devito, komunikasi antarpribadi adalah “proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa efek dan umpan balik seketika” (Effendy, 2003 : 60).

Pentingnya situasi komunikasi antarpribadi ialah karena prosesnya memungkinkan komunikasi berlangsung secara dialogis. Dialog adalah bentuk komunikasi antarpribadi yang menunjukkan terjadinya interaksi. Komunikasi yang dialogis dilakukan agar tercipta saling pengertian bersama dan empati. Di sinilah timbul rasa saling menghormati bukan disebabkan karena status sosial ekonomi, melainkan didasarkan pada anggapan bahwa manusia wajib, berhak, pantas dan wajar untuk dihargai dan dihormati sebagai manusia yang mempunyai hati nurani.

Sifat dialogis itu ditunjukkan melalui komunikasi lisan (bahasa verbal) dalam percakapan antarindividu dengan umpan balik yang langsung. Jadi komunikator dapat mengetahui dengan pasti apakah pesan-pesan yang ia kirimkan itu diterima atau ditolak dan berdampak positif atau negatif, dari tanggapan yang di antaranya berupa ekspresi wajah dan gaya berbicara.

Oleh karena keefektifan dalam mengubah sikap, kepercayaan, opini dan perilaku komunikasi itulah, maka komunikasi antarpribadi seringkali dipergunakan dalam menjalankan komunikasi persuasif (*persuasive communication*), yakni suatu teknik komunikasi yang sifatnya halus, luwes berupa ajakan, bujukan atau rayuan. Konteks komunikasi antarpribadi ini biasa dilakukan dalam komunikasi antara orangtua dan anak, atasan dan bawahan, pegawai dengan rekan sejawatnya, pedagang dan pembeli, suami dan istri, komunikasi di ruang rapat, dosen dan mahasiswa di kelas dan lain sebagainya yang terjalin antara dua orang atau sekelompok kecil orang secara tatap muka.

2.3.1 Model Komunikasi Antarpribadi (Hubungan Interpersonal)

Ada beberapa model (jenis) dalam hubungan antarpribadi sebagai ragam bentuk motif manusia dalam berhubungan dengan manusia lainnya yang abstrak. Coleman dan Hammen dalam Buku Psikologi Komunikasi karangan Jalaluddin Rakhmat (2008:72) mengungkapkan empat model dalam hubungan antarpribadi, yaitu :

1. Model Pertukaran Sosial (*social exchange model*)
Model ini memandang hubungan interpersonal sebagai suatu transaksi dagang. Orang berhubungan dengan orang lain karena mengharapkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhannya. Asumsi dasar model ini adalah bahwa setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal

dalam hubungan sosial hanya selama hubungan tersebut cukup memuaskan ditinjau dari segi ganjaran, biaya, laba dan tingkat perbandingan.

2. Model Peranan (*role model*)

Model peranan melihat hubungan interpersonal sebagai panggung sandiwara. Disini setiap orang harus memainkan peranannya sesuai dengan “naskah” yang telah dibuat masyarakat. Hubungan interpersonal berkembang baik bila setiap individu bertindak sesuai dengan ekspedisi peranan (*role expectation*) dan tuntutan peran (*role demands*), memiliki keterampilan peranan (*role skills*) dan terhindar dari konflik peranan dan keracunan peranan.

3. Model Permainan (*the “games people play” model*)

Dalam model ini, orang-orang berhubungan dalam bermacam-macam permainan. Mendasari permainan ini adalah tiga bagian kepribadian manusia – Orang tua, Orang Dewasa dan Anak (*Parent, Adult, Child*). Dalam hubungan interpersonal, kita menampilkan salah satu aspek kepribadian kita (Orang Tua, Orang Dewasa dan Anak) dan orang lain membalasnya dengan saling mengisi dari salah satu aspek tersebut juga.

4. Model Interaksional (*interactional model*)

Model ini memandang hubungan interpersonal sebagai suatu sistem dengan sifat-sifatnya. Untuk menganalisisnya, kita harus melihat pada karakteristik-individu yang terliabt, sifat-sifat kelompok dan sifat-sifat lingkungan. Setiap hubungan interpersonal harus dilihat dari tujuan bersama, metode komunikasi, ekspektasi dan pelaksanaan peranan, serta permainan yang dilakukan. Singkatnya, model interaksional mencoba menggabungkan model pertukaran, peranan dan permainan.

Komunikasi antarpribadi yang efektif mensyaratkan kita untuk lebih memahami orang lain. Memahami orang lain bertujuan untuk mengurangi ketidakpastian (*uncertainly reduction*) dan perbandingan sosial (*social comparison*), terutama bagi orang lain yang baru saling mengenal. Upaya untuk mempengaruhi persepsi orang lain terhadap diri kita telah membuat kita menerapkan sejumlah strategi *impression management* yang mengungkapkan bahwa orang cenderung untuk mengarahkan persepsi orang lain terhadap dirinya. Hubungan antarpribadi memainkan peran sangat penting dalam membentuk kehidupan kita karena sifat interaksinya yang tatap muka. Khususnya dalam hal

ini adalah pentingnya hubungan antarpribadi untuk memainkan peran sebagai Band dalam menghadapi publiknya.

2.3.2 Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Seperti komunikasi pada umumnya yang dilakukan oleh setiap manusia tentunya memiliki tujuan-tujuan tertentu, demikian pula halnya dengan komunikasi antarpribadi yang dilakukan antarmanusia ini, paling tidak tujuannya adalah untuk mempengaruhi orang lain agar tidak bertindak sesuai dengan keinginannya. Devito (2007:51) mengemukakan beberapa tujuan dalam komunikasi antarpribadi sebagai berikut :

1. *Personality Discovery* (penemuan diri)
Belajar mengenal diri sendiri dan orang lain. Melalui komunikasi antarpribadi setiap orang dapat lebih mengenal dirinya. Hal itu diperoleh dari respons-respons yang diberikan oleh teman berkomunikasi. Melalui komunikasi antarpribadi yang intensif, seseorang akhirnya dapat menyadari bagaimana dirinya. Demikian juga melalui komunikasi ini, seseorang dapat lebih mengenal diri orang lain khususnya lawan bicaranya. Melalui komunikasi antarpribadi, pesan verbal dan nonverbal lebih mudah untuk dimaknai karena intensitas komunikasi tatap muka langsung.
2. *Discovery of The External World* (menemukan dunia luar)
Informasi yang diperoleh melalui media massa berinteraksi dengan informasi yang diperoleh melalui interaksi komunikasi antarpribadi. Banyak informasi yang diperoleh dari berbagai media komunikasi dapat juga digali lebih dalam melalui komunikasi antarpribadi dengan orang-orang yang ahli atau kompeten di bidang yang diminati untuk dibicarakan. Melalui komunikasi antarpribadi pada akhirnya akan diketahui banyak hal yang berkaitan dengan dunia kita.
3. *Establishing Meaningful Relationship* (membina hubungan yang berarti)
Melakukan komunikasi antarpribadi berarti memelihara hubungan sosial antarmanusia, karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang senantiasa membutuhkan orang lain dalam hidupnya. Hubungan sosial yang baik dapat terbina dengan selalu menjaga komunikasi antarpribadi, sehingga komunikasi antarindividu ini dapat menjadi *embrio* bagi hubungan manusia yang lebih luas, lebih dalam dan lebih berarti lagi.

4. *Changing Attitudes and Behaviour* (merubah sikap dan perilaku)

Komunikasi antarpribadi bertujuan untuk merubah sikap dan perilaku seseorang untuk berbuat sesuatu, membeli produk tertentu, meyakinkan bahwa sesuatu itu dan benar. Komunikasi antarpribadi efektif dalam mempengaruhi seseorang karena dalam proses komunikasi terjadi interaksi yang melibatkan intensitas emosional yang tinggi. Totalitas pesan verbal dan nonverbal yang disampaikan dalam komunikasi antarpribadi ini memungkinkan seseorang dapat memprediksi pesan seperti apa yang dapat diterima oleh teman berkomunikasi.

Di dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, hubungan antarpribadi memainkan peran sangat penting bahkan bisa menjadi faktor utama dalam mengembangkan diri seorang individu, lebih jauh lagi dalam membentuk kehidupan masyarakat. Terutama ketika hubungan antarpribadi itu mampu memberi dorongan kepada seseorang yang berhubungan dan perasaan, pemahaman informasi, dukungan dan berbagai bentuk komunikasi yang mempengaruhi citra diri seseorang serta dapat membantu individu dalam memahami harapan-harapan orang lain.

2.4 Interaksi Simbolik Antarmanusia

Kehidupan seorang manusia akan hampa dan tidak akan berkembang menjadi lebih baik tanpa kehadiran orang lain sebagai teman atau lawan komunikasinya. Dengan kata lain, tanpa ada manusia lain dalam kehidupan ini, maka tidak akan ada kehidupan di dunia ini. Adanya interaksi antarmanusia menandakan adanya kehidupan sebagai kebutuhan utama manusia yang tidak bias, tidak berkomunikasi dengan orang lain.

“Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna” (Mulyana, 2007). Hal ini akan berkaitan dengan pemeranan karakter dari individu tertentu. Pembahasan mengenai ini penting karena interaksi simbolik tidak luput dari aktivitas manusia yang saling berkomunikasi dengan manusia lainnya, khususnya dalam hal ini dalam pembahasan manusia mengenai dramaturgi.

Interaksionisme simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia. Oleh karena individu terus berubah, maka masyarakat pun ikut berubah melalui interaksi. Jadi, interaksilah yang dianggap komponen terpenting dalam menentukan dan membentuk perilaku manusia, bukan karena struktur masyarakat. Struktur itu sendiri tercipta dan berubah karena adanya interaksi manusia, yaitu ketika individu-individu saling bertukar pikiran dan bertindak secara aktif terhadap objek-objek yang ada di sekelilingnya.

Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, objek dan bahkan diri mereka sendirilah yang menentukan perilaku mereka. Perilaku mereka tidak dapat digolongkan sebagai kebutuhan, dorongan impuls, tuntutan budaya atau tuntutan peran. Manusia bertindak hanya berdasarkan definisi atau penafsiran mereka atas objek-objek di sekeliling mereka (Mulyana, 2007:70).

Kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia dengan menggunakan simbol-simbol. Teori interaksi simbolik membahas tentang cara manusia menggunakan simbol-simbol yang merepresentasikan makna dan apa yang manusia maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya dan juga pengaruh yang ditimbulkan atas penafsiran simbol-simbol tersebut terhadap perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi sosial, seperti yang diringkas oleh Mulyana dalam bukunya Metode Penelitian Kualitatif berikut ini :

1. Pertama, individu merespons suatu situasi simbolik. Mereka merespons lingkungan, termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka.
2. Kedua, makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa. Negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu menamai segala sesuatu, bukan hanya objek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran objek fisik, tindakan atau peristiwa itu), namun juga gagasan yang abstrak.
3. Ketiga, makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial. Perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Manusia membayangkan atau merencanakan apa yang akan mereka lakukan. (Mulyana, 2007:71-72).

Dari ketiga dasar dalam pemaknaan interaksi simbolik di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manusia dalam menjalankan aktivitasnya terhadap manusia lain pasti memiliki tujuan-tujuan tertentu untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan mereka sebagai hal yang wajar memiliki hasrat yang lumrah dan hati nurani sebagai manusia. Lebih jauh manusia dalam mewujudkan tujuan-tujuannya tersebut menyebabkan timbulnya proses pengambilan peran tertutup (*convert role taking*), meskipun hal itu tidak teramati. Oleh karena itu,

kaum interaksionisme simbolik mengakui adanya tindakan tertutup dan terbuka sebagai motif tindakan manusia dan menganggap tindakan terbuka sebagai kelanjutan dari tindakan tertutup.

Di sisi lain, sebelum manusia bisa berpikir, manusia membutuhkan bahasa. Bahasa menjadi komponen utama dalam berkomunikasi secara simbolik. Bahasa sebenarnya bukan hanya sebagai 'alat pertukaran pesan' semata, tetapi interaksionisme simbolik melihat posisi bahasa lebih sebagai seperangkat ide yang dipertukarkan kepada pihak lain secara simbolik. Perbedaan penggunaan bahasa pada akhirnya juga menentukan perbedaan cara berpikir manusia tersebut. Contoh sederhana adalah cara pikir orang yang berbahasa Indonesia berbeda dengan cara berpikir orang yang berbahasa Jawa. Begitu pula orang yang berbahasa Indonesia akan berbeda cara berpikir dengan orang yang berbahasa Inggris.

Akan tetapi, walaupun pemaknaan suatu bahasa banyak ditentukan oleh konteks atau konstruksi sosial, seringkali interpretasi individu sangat berperan di dalam memodifikasi simbol yang ditangkap dalam proses berpikir tersebut dan dilontarkan ke dalam interaksinya. George Herbert Mead berpendapat bahwa : Cara manusia mengartikan dunia dan dirinya sendiri berkaitan erat dengan masyarakatnya, yakni melihat pikiran (*mind*) dan dirinya (*self*) menjadi bagian dan perilaku manusia, yaitu bagian interaksinya dengan orang lain. Interaksi itu membuat Ia mengenal dunia dan dirinya sendiri, pikiran dan masyarakat (*society*) atau proses-proses interaksi (Ruslan, 2001 : 28).

2.5 Manajemen Kesan

Pernyataan paling terkenal Goffman tentang teori dramaturgi berupa buku *Presentation of Self in Everyday Life*, diterbitkan tahun 1956. Secara ringkas dramaturgi merupakan pandangan tentang kehidupan sosial sebagai serentetan pertunjukan drama dalam sebuah pentas. Istilah Dramaturgi kental dengan pengaruh drama atau teater atau pertunjukan fiksi diatas panggung di mana seorang aktor memainkan karakter manusia-manusia yang lain sehingga penonton dapat memperoleh gambaran kehidupan dari tokoh tersebut dan mampu mengikuti alur cerita dari drama yang disajikan. Sebelum menuju manajemen kesan, mari kita lihat bagaimana proses pembentukan kesan. Dalam buku psikologi komunikasi, proses pembentukan kesan diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu:

1. *Stereotyping*

Menurut psikologi kognitif, merupakan proses penerimaan pengalaman-pengalaman baru yang disimpan dalam memori kita sesuai dengan kategori. Bersamaan dengan itu semua sifat yang ada pada kategori pengalaman itu dikenakan pada pengalaman baru.

2. *Implicit Personality Theory*

Memberikan kategori berarti membuat konsep. Setiap orang mempunyai mempunyai konsepsi tersendiri tentang sifat-sifat apa berkaitan dengan sifat-sifat apa. Konsepsi ini merupakan teori yang dipergunakan orang ketika membentuk kesan tentang orang lain.

3. Atribusi

Atribusi adalah proses menyimpulkan motif, maksud, dan karakteristik orang lain dengan melihat perilaku yang tampak (Rakhmat, 2008:91-93).

Kecermatan persepsi interpersonal dimudahkan oleh petunjuk-petunjuk verbal dan nonverbal, dan dipersulit oleh faktor-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*) (Rakhmat, 2008:96).

Seperti halnya seseorang yang sedang melakukan pertunjukan drama, Goffman menjelaskan bahwa kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi “wilayah depan” (*front region*) dan “wilayah belakang” (*back region*) (Mulyana, 2007:114). Baik panggung depan maupun panggung belakang tidaklah merujuk kepada suatu tempat fisik yang tetap. Dramaturgi mempelajari konteks dari perilaku manusia dalam mencapai tujuannya dan bukan untuk mempelajari hasil dari perilakunya tersebut. Dramaturgi memahami bahwa dalam interaksi antar manusia ada “kesepakatan” perilaku yang disetujui yang dapat mengantarkan kepada tujuan akhir dari maksud interaksi sosial tersebut. Bermain peran merupakan salah satu alat yang dapat mengacu kepada tercapainya kesepakatan tersebut. Dalam teori Dramaturgis menjelaskan bahwa identitas manusia adalah tidak stabil dan merupakan setiap identitas tersebut merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri. Identitas manusia bisa saja berubah-ubah tergantung dari interaksi dengan orang lain. Di sinilah dramaturgi masuk, bagaimana seseorang menguasai interaksi tersebut.

2.5.1 *Front Region* (Panggung Depan)

Kita sudah mengetahui orang lain menilai kita berdasarkan petunjuk-petunjuk yang kita berikan, dan dari penilaian itu mereka memperlakukan kita. Untuk itu, kita secara sengaja menampilkan diri kita (*self-presentation*) seperti yang kita hendaki. Peralatan lengkap yang digunakan untuk menampilkan diri ini disebut *front*. *Front* terdiri dari panggung (*setting*) adalah rangkaian peralatan

ruang dan benda yang digunakan, penampilan (*appearance*) berarti menggunakan petunjuk artifaktual, dan gaya bertingkah laku (*manner*) menunjukkan cara kita berjalan, duduk, berbicara, memandang, dan sebagainya. (Rakhmat, 2008:96)

Sebuah Band merupakan tempat bernaung musisi berlegislasi mewakili yang mereka ingin apresiasikan. Dan band sebagai kelompok atau organisasi yang diwakili oleh Patrolice menjadi kelompok rujukan yang membentuk Patrolice menjadi satu kesatuan yang utuh. Menurut Goffman bahwa panggung depan mengandung anasir struktural dalam arti bahwa panggung depan cenderung terlembagakan alias mewakili kepentingan kelompok atau organisasi (Mulyana, 2007:116).

Dalam kondisi kekinian para politisi dalam panggung depan sering berusaha menyampaikan kesan bahwa mereka punya hubungan khusus atau memiliki jarak sosial yang lebih dekat dengan masyarakat daripada jarak sosial sebenarnya. Menurut Goffman, ketika orang melakukan hal semacam itu, mereka tidak bermaksud membebaskan diri sama sekali dari peran sosial atau identitas mereka yang formal itu, namun karena ada peran sosial dan identitas lain yang menguntungkan mereka (Mulyana, 2007:117-118).

2.5.2 Back Region (Panggung Belakang)

Lain halnya dengan *back region* (panggung belakang), panggung belakang memungkinkan pembicaraan dengan menggunakan kata-kata kasar atau tidak senonoh, komentar-komentar seksual yang terbuka, duduk dan berdiri dengan sembrono, merokok, berpakaian seenaknya, dan yang lainnya. Beberapa hal penting yang menjadi bagian *back stage* ini antara lain :

- a. *Make Up* (Tata rias)
- b. Pakaian
- c. Sikap dan Perilaku
- d. Bahasa Tubuh
- e. Mimik Wajah
- f. Isi Pesan
- g. Cara Bertutur atau Gaya Bahasa (Mulyana, 2007:115).

Panggung belakang berbatasan dengan panggung depan dan khalayak biasanya tidak diizinkan memasuki area ini. Wilayah ini merupakan wilayah individu yang bisa jadi hanya dibagi oleh segelintir orang. Dalam wilayah ini individu dapat diartikan menjadi diri sendiri tanpa dihadapi beban moral maupun status sosial.

2.6 Penggunaan Tim

Selain fokus penelitian pada diri individu, Goffman juga mengemukakan tentang masalah kelompok atau apa yang ia sebut sebagai tim dalam upaya manusia menciptakan kesan terhadap orang lain. Selain membawakan peran dan karakter secara individu, 'aktor-aktor' sosial yang Goffman sebut sebagai "tim pertunjukkan" (*performance team*) juga berusaha mengelola kesan orang lain terhadap kelompoknya, baik itu keluarga, tempat bekerja, organisasi dan lain sebagainya yang mereka wakili.

Sebelum berangkat menuju panggung depan, para anggota tim dalam pembahasan ini yakni Band Patrolice biasanya akan selalu melakukan latihan (*rehearsal*) terlebih dahulu tanpa kehadiran khalayak, agar dalam pertunjukkan yang sebenarnya semua kesan yang baik dan positif dapat terpelihara. Mereka mempersiapkan perlengkapan pertunjukkan, bahkan sampai pada jalannya

pertunjukkan pun juga dengan matang. Setiap anggota dan orang-orang yang terkait harus saling mendukung, bila perlu memberi arahan lewat isyarat nonverbal, seperti isyarat mata dan tangan agar pertunjukan semakin dekat pada keberhasilan.

2.7 Budaya Pop

Dapat dikatakan bahwa budaya adalah tentang keberbedaan (*distinctiveness*) kelompok-kelompok sosial yang memberikan mereka identitas. Media itu signifikan dalam mempresentasikan identitas kepada pihak-pihak lain, serta kepada kelompok budaya yang ada. Para sosiolog tertarik kepada pelbagai norma dan nilai yang menginformasikan tindakan suatu kelompok, kepada makna yang dikenakan pada tindakan tersebut, dan kepada produk yang dimiliki oleh kelompok tersebut yang juga memiliki makna yang dikenakan.

Budaya populer didefinisikan oleh kepercayaan dan nilai, oleh perilaku dan nilai, dan oleh pemahaman terhadap sejarah dan terhadap keberbedaan. Semua hal tersebut dimiliki oleh kelompok sosial tertentu.

Dalam Buku Media dan Budaya Populer, Burton (2008:53) menyatakan tentang konsep-konsep kunci budaya populer mencakup hal-hal berikut ini:

- Pemahaman tentang perbedaan dan identitas
- Bagaimana identitas direpresentasikan
- Bagaimana budaya diproduksi
- Cara hubungan sosial dan hubungan budaya disamakan dengan barang-barang
- Bagaimana makna tentang perbudakan diproduksi dalam teks
- Bagaimana ideologi beroperasi dalam praktik dan barang kebudayaan.