**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

**2.1. Pengertian Komunikasi**

Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari perkataan latin “*communication*” istilah ini bersumber dari perkataan *“communis”* yang berarti sama, sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Komunikasimenurut **Effendi** dalam buku **Hubungan Masyarakat: Studi Komunikologis**,istilah komunikasi diartikan sebagai :

**Dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pemikiran atau pengertian, antar komunikator (penyebar pesan ) dan komunikan ( penerima pesan ) (1992:3)**

Proses komunikasi bisa diartikan sebagai penyampaian pesan yang menuntut adanya kesamaan makna agar komunikasi itu bisa terjadi secara baik. Kesamaan makna merupakan hal yang sangat mutlak dibutuhkan oleh setiap proses komunikasi agar tidak terjadi penyampaian pesan yang sia-sia, penekanan pada saling pengertian antara kedua belah pihak adalah tujuan dari proses komunikasi tersebut, sebelum pesan di sampaikan kepada komunikan, komunikator memberikan makna dalam pesan tersebut yang kemudian ditangkap oleh komunikan dan dimaknai sesuai dengan konsep yang dimilikinya.

Ada beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian komunikasi di antaranya Pendapat **Rogers** yang dikutip oleh **Cangara**, dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** Menjelaskan komunikasi adalah **“Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. (2012:19)**

**2.2. Tujuan Komunikasi**

Secara singkat dapat ditegaskan bahwa komunikasi bertujuan mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, dan tindakan. Setiap akan mengadakan komunikasi, komunikator perlu mempertanyakan tujuannya.

**Mudjito** dalam **Riyono Praktiko, 1998**  yang di kutip oleh **Suryanto** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** menyimpulkan bahwa :

**Komunikasi dalam organisasi bertujuan memberikan pengaruh kepada seluruh anggota organisasi agar secara bersama-sama berusaha mencapai tujuan organisasi. Di samping itu, komunikasi juga mengintegrasikan fungsi – fungsi manajemen POAC *(Planning, Organizing, Actuating, Controling)* yang artinya dengan komunikasi organisasi dapat :**

1. **Menyebarluaskan tujuan organisasi**
2. **Mengembangkan rencana untuk mencapai tujuan organisasi**
3. **Mengorganisasikan sumber – sumber lain agar dapat dimanfaatkan lebih efektif dan lebih efesien.**
4. **Memilih dan menghargai anggota organisasi yang baiki**
5. **Memimpin, memotivasi, dan menciptakan iklim atau suasana**
6. **Dalam organisasi sehingga para anggota bersedia berpartisipasi semaksimal mungkin**
7. **Mengontrol perilaku para anggota organisasi. (2015:25)**

Melalui komunikasi yang intensif dan tepat, makna yang tersimpan dalam komunikator dapat tersampaikan secara tepat pula. Dengan kata lain, hasil atau respon yang diharapkan komunikator sangat bergantung pada proses dan strategi komunikasi yang dilakukan kepada komunikan.

**2.3. Fungsi Komunikasi**

**Effendy** yang di kutip oleh **Suryanto** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** bahwa :

**Komunikasi tidak hanya berkutat pada persoalan pertukaran berita dan pesan, tetapi juga melingkupi kegiatan individu dan kelompok berkaitan dengan tukar menukar data, fakta, dan ide apakah dilihat dari makna ini, ada beberapa funsi yang melekat dalam proses komunikasi yaitu sebagai berikut :**

1. **Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data gambar, fakta, pesan, opini, dan komentar yang dibutuhkan agar agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain sehingga mengambil keputusan yang tepat.**
2. **Sosialisasi (pemasyarakatan) penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga sadar akan fungsi sosialnya dan dapat aktif dalam masyarakat.**
3. **Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek ataupun jangka panjang, mendorong orang untuk menentukan pilihan dan keinginannya mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.**
4. **Debat dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah public. Menyediakan bukti – bukti relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dengan masalah yang menyangkut kepentingan bersama.**
5. **Pendidikan, pengalihan ilmu,pengetahuan dapat mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak, serta pembentukan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan dalam semua bidang kehidupan.**
6. **Memajukan kehidupan, menyebarkan hasil kebudayaan dan seni dengan tujuan melestarikan warisan masa lalu, mengembangkan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang serta membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetiknya.**
7. **Hiburan, penyebarluasan sinyal, symbol, suara, dan imaji dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, music, olahraga, kesenangan, kelompok, dan individu.**
8. **Integrasi menyediakan bagi bangsa kelompok, dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang diperlukan agar saling mengenal, mengerti, serta menghargai kondisi dan pandangan dari keinginan orang lain.(2015:28)**

**Mudjoto** yang dikutip oleh **Widjaya** dan dikutip kembali oleh **Suryanto** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Komunikasi** menyatakan bahwa

fungsi komunikasi meliputi :

1. **Alat suatu organisasi sehingga seluruh kegiatan organisasi dapat diorganisasikan (dipersatukan) untuk mencapai tujuan tertentu.**
2. **Alat untuk mengubah perilaku para anggota dalam suatu organisasi.**
3. **Alat agar informasi dapat disampaikan kepada seluruh anggota organisasi (2015:29)**

Inti dari pemaparan di atas bahwa tujuan komunikasi adalah sebagai alat organisasi dalam melakukan penyebaran informasi maupun pesan kepada anggota organisasi sehingga timbulnya efek berupa perubahan perilaku dari anggota organisasi tersebut.

**2.4. *Impression Management* (Pengelolaan Kesan)**

Dalam penelitian ini, yang menjadi tema utama adalah mengenai *impression management* (pengelolaan kesan), dalam bab ini penulis membahas mengenai *impression management* (pengelolaan kesan) dalam media sosial youtube.

Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang diterima orang lain. Ia menyebutkan upaya itu sebagai “pengelolaan kesan” *(impression management)*, yakni teknik-teknik yang digunakan actor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Presentasi diri seperti yang ditunjukan oleh Goffman, bertujuan memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para actor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para actor dalam situasi yang ada (Muyana, 2002:112). Dalam kaitan ini Goffman mengemukakan:

***...informasi mengenai individu membantu untuk mendefinisikan situasi, memungkinkan orang-orang baru itu untuk mengetahui terlebih dahulu apa yang ia harapkan dari mereka dan apa yang mereka harapkan darinya. Berdasarkan pengetahuan ini, orang-orang tersebut akan mengetahui bagaimana cara terbaik bertindak untuk menghasilkan rerspons yang diinginkan darinya.... bila tidak mengenal individu, pengamat dapat memperhatikan gelagat dari perilaku dan penampilannya yang memungkinkan mereja menerapkan pengalaman mereka terdahulu dengan individu yang mirip dengan yang ada dihadapannya, atau lebih penting menerapkan stereotipe yang belum teruji terhadapnya...***

***Marilah sekarang kita beralih dari orang-orang itu ke pandangan individu yang menampilkan dirinya dihadapan mereka, ia mungkin mengharapkan mereka untuk menghormatinya, atau untuk berpikir bahwa ia menghormati mereka, dan untuk mempersepsi bagaimana sebenarnya perasaannya terhadap mereka, atau untuk menjamin harmoni yang memadai sehingga interaksi dapat dijaga, atau untuk menipu, membuang, membingungkan, menyesatkan, menentang atau menghina mereka.... Pengendalian ini diperoleh terutama dengan mempengaruhi definisi situasi yang dirumuskan orang lain, dan ia dapat mempengaruhi definisi ini dengan mengekspresikan dirinya sedemikian rupa sehingga memberi mereka kesan tertentu yang mendorong mereka bertindak secara sukarela sesuai dengan rencananya sendiri. Jadi, ketika individu tampil dihadapkan orang lain, biasanya akan terdapat suatu alasan baginya untuk memobilisasikan aktivitasnya sehingga hal itu memberikan suatu kesan kepada orang lain sesuai dengan kepentingan individu tersebut (Mulyana,2002: 111).***

Menurut Goffman kita “mengelola” informasi yang kita berikan kepada orang lain. Kita mengendalikan pengaruh yang akan ditimbulkan busana kita, penampilan kita, dan kebiasaan kita terhadap orang lain supaya orang lain memandang kita sebagai orang yang ingin kita tunjukan. Kita sadar bahwa orang lainpun berbuat hal yang sama terhadap diri kita, dan kita memperlakukannya sesuai dengan citra dirinya yang kita bayangka dalam benak kita. Jadi, kita bukan hanya sebagai pelaku, tetapi juga sekaligus sebagai khalayak. Goffman menyebut pelaku dan khalayak mencapai “consensus kerja” mengenai definisi atas satu sama lain dan situasi yang kemudian memandu interkasi mereka. Seperti aktor panggung, aktor sosial membawakan peran, mengasumsikan karakter, dan bermain melalui adegan-adegan ketika terlibat dalam interaksi dengan orang lain.

Goffman menunjukan bahwa drama kehidupan sosial sehari-hari dan produksi teater menggunakan teknik yang sama, aktor sosial, seperti aktor teater, bergantung pada busana, make-up, pembawaan diri, pernak-pernik, dan alata dramatik lainnya untuk memproduksi pengalaman dan pemahaman realitas yang sama (Mulyana, 2002: 112-113)

Aktivitas untuk mempengaruhi orang lain itu disebut sebagai “pertunjukan” (*performance*), kita berusaha untuk menampilkan diri sebaik mungkin agar teercipta suatu kesan yang terbaik seperti yang kita ingin tunjukkan, walaupun terkadang terdapat hal-hal yang meleset dari perhitungan kita atau tidak kita perhitungkan sebelumnya dan lebih mudah kita lakukan karena pertunjukan itu tampak alami, apa pun itu pada dasarnya kita ingin meyakinkan orang lain dengan apa yang kita pertunjukan sehingga orang lain dapat menganggap kita seperti yang kita tunjukan.

Bila dalam interaksi dengan orang yang sudah lama kita kenal, harus memastikan identitas sosial yang ingin mereka sampaikan, suasana hati mereka, kesan mereka terhadap kita, terlebih lagi dalam interaksi dengan orang yang baru kita kenal. Oleh karena itu kita membutuhkan banyak informasi mengenai orang yang baru kita kenal agar dapat memperlakukan mereka dengan baik dan nyaman. Meskipun demikian kita jarang saling bertanya untuk memperoleh informasi tersebut, melainkan bergantung pada penampilan, tatakrama, dan *setting* tempat kita bertemu untuk mendefinisikan situasi (Mulyana, 2002:113).

**2.5. Komponen *Impression Management* (Pengelolaan Kesan)**

Dalam mengelola kesan kebanyakan atribut, milik dan aktifitas manusia digunakan untuk presentasi diri. Menurut Goffman kehidupan sosial dalam mengelola kesan dibagi menjadi *front region* (wilayah depan) dan *back region* (wilayah belakang). Goffman membagi wilayah depan ini menjadi *personal front* (front pribadi) dan *setting* (panggung). *Personal front* dibagi menjadi dua yaitu *appearance* (penampilan) dan *manner* (tingkah laku).

*A. Appeareance* (penampilan)

1. Busana

Penampilan merupakan salah satu bentuk komunikasi dengan menyampaikan informasi atau pesan melalui apa yang individu tersebut kenakan, kemeja yng dikenakan, tatanan rambut, sepatu, riasan wajh dan hal-hal lain yang dapat melengkapi penampilannya. Penampilan juga merupakan salah satu dari bentuk komunikasi non verbal. Nilai-nilai agama, lingkungan, cuaca, rasa nyaman, dan tujuan pencitraan, semuanya mempengaruhi cara individu berdandan.

Sebagian orang berpandngan bahwa pilihan seseorang atas pakaian mencerminkan kepribadiannya, apakah ia orang yang konservatif, religious, modern, atau berjiwa muda. Tidak dapat pula dibantah bahwa pakaian, seperti juga rumah, kendaraan, dan perhiasan digunakan untuk memproyeksikan citra tertentu yang diinginkan pemakainya. Pemakai busana itu mengharapkan bahwa kita mempunyai citra terhadapnya sebagaimana yang diinginkannya. Mungkin ada juga kebenaran dalam bahasa latin *uetis uirium reddit* yang berarti “pakaian menjadi orang”. Sebagaimana disarankan William Thourlby yang dalam bukunya *You Are What You Wear: The Key to Business Success* menekankan pentingnya pakaian demi keberhasilan bisnis (Mulyana, 2002: 347)

2. Warna

Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, selain dari pada busana yang kita kenakan warna juga dapat menunjukan suasana emosional, cita rasa, afiliasi politik, dan bahkan mungkin keyakinan agama kita. Di Indonesia, warna merah muda berarti warna feminin (konon juga romantis yang disukai orang yang jatuh cinta), sedangkan warna biru adalah warna maskulin. Tidak sedikit wanita yang baru melahirkan membelikan barang-barang berwarna merah muda untuk anak perempuan dan warna biru untuk laki-laki. Warna hijau diasosiasikan dengan islam dan muslim, bukan karena warna hijau itu menyejukan mata, namun juga warna ini dipercayai sebagai warna surge, seperti disebutkan Qur’an surat Ar-Rahman ayat 64: “Kedua surge itu hijau tua warnanya”. Mungkin pula itu sebabnya mengapa banyak masjid berdinding dan berkarpet hijau (Mulyana, 2002: 376)

Tabel 2.1

Indikasi warna

|  |  |
| --- | --- |
| **SUASANA HATI** | **WARNA** |
| Menggairahkan, merangsang | Merah |
| Aman, nyaman | Biru |
| Tertekan, terganggu, bingung | Oranye |
| Lembut, menenangkan | Biru |
| Melindungi, mempertahankan | Merah, cokelat, biru, ungu,  Hitam |
| Sangat sedih, patah hati, tidak bahagia,  Murung | Hitam, cokelat |
| Kalem, damai, tentram | Biru, hijau |
| Berwibawa, agung | Ungu |
| Menyenangkan, riang, gembira | Kuning |
| Menantang, melawan, memusuhi | Merah, oranye, hitam |
| Berkuasa, kuat, bagus sekali | Hitam |

(Diolah dari: Buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, 2002: 377)

Daftar wana diatas dan suasana hati yang diasosiasikannya versi Amerika, tidak berlaku universal meskipun mirip dengan versi yang berlaku dalam budaya lain. Di Cina, merah digunakan dalam acara gembira dan perayaan, sedangkan di Jepang menandakan kemarahan dan bahaya. Biru untuk orang Indian Cherokee menandakan kekalahan, sedangkan bagi orang mesir menandakan kebajukan dan kebenaran (Mulyana, 2002: 377).

Hingga derajat tertentu tampaknya ada hubungan antara warna yang digunakan dengan kondisi fisiologis dan psikologis manusia, meskipun kita memerlukan lebih banyak penelitian untuk membuktikan dugaan ini. Misalnya bukti ilmiah menunjukan bahwa gerakan pernapasan akan meningkat oleh cahaya merah dan berkurang ketika dihadapkan pada cahaya biru yang lebih menyejukan dan warna merah yang lebih aktfi (Mulyana, 2002: 379).

3. Gaya Artifaktual (Artefak)

Artefak dalah benda apa saja yang dihasilkan kecerdasan manusia. Aspek ini merupakan perluasan lebih jauh dari pakaian dan penampilan. Benda-benda dan penampilan yang telah kita gunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia dan dalam interaksi manusia, sering mengandung makna-makna tertentu. Bidang studi mengenai hal ini disebut objektika (*objectics*). Rumah, mobil, parabot rumah dan modelnya, patung, lukisan, kaligrafi, foto, buku yang dipajang, dan benda-benda lainnya dalam lingkungan kita adalah pesan-pesan bersifat non verbal, sejauh dapat diberi makna.

*B. Manner* (Tingkah Laku)

1. Bahasa Tubuh

Bidang yang menelaah bahasa tubuh adalah kinesika, suatu istilah yang diciptakan seorang perintis studi bahasa non verbal, Ray L. Birdwhistell. Setiap anggota tubuh seperti wajah (termasuk senyuman dan pendangan mata), tangan, kepala, kaki, dan bahkan tubuh secara keseluruhan dapat digunakan sebagai isyarat simbolik.

Kita sering menyertai ucapan kita dengan isyarat tangan. Isyarat tangan atau “berbicara dengan tangan” termasuk yang disebut emblem, yang dipelajari yang punya makna dalam suatu budaya atau subkultur. Meskipun isyarat tangan yang digunakan sama, maknanya boleh jadi berbeda atau isyarat fisiknya berbeda namun maksanya sama. Dalam suatu studi yang melibatkan 40 budaya, Desmond Morris dan rekan-rekannya mengumpulkan 20 isyarat tangan yang sama yang mempunyai makna yang berbeda dalam setiap budaya, sementara seorang spesialis arab pernah mendaftarka setiknya 274 isyarat yang berlainan yang digunakan orang arab untuk melengkapi suatu pembicaraan (Mulyana, 2002: 318).

Dalam buku Komunikasi Antar Manusia, Joseph A. Devito, gerakan isyarat tangan perilaku non verbal yang secara langsung menerjemahkan kata atau ungkapan. Emblim meliputi, misalnya isyarat untuk “oke”, “jangan ribut”, “kemarilah” dan “saya ingin menumpang”. Emblim adalah pengganti untuk kata- kata atau ungkapan tertentu yang kita pelajari dengan cara yang sama pada dasarnya dengan kita mempelajari kata-kata, tanpa sadar dan sebagian besar melalui proses peniruan (Devito, 1997: 187).

Tabel 2.2

Nama dan Fungsi Bahasa Non-Verbal

|  |  |
| --- | --- |
| **Nama dan Fungsi** | **Contoh** |
| Emblim menerjemahkan langsung kata  atau ungkapan | Isyarat “oke”, lambaikan tangan  “kemarilah”, isyarat menumpang |
| Ilustrator menyertai dan secara harfiah  “mengilustrasikan” pesan verbal | Gerakan tangan berputar bila  menggambarkan lingkaran, kedua tangan bergerak menjauh ketika membicarakan sesuatu yang besar |
| Regulator memantau, memelihara, dan  mengendalikan pembicaraan orang lain | Ekspresi wajah dan gerakan tangan yang  menunjukan “teruskanlah”, “agak lambat sedikit”, atau “kemudiian apalagi?” |
| Adaptor memuaskan kebutuhan | Menggaruk-garuk kepala |

(Di olah dari: Buku Komunikasi Antar Manusia Devito, 1997: 181)

Untuk menunjuk diri sendiri “saya!” atau “saya?”, orang Indonesia menunjuk dadanya dengan telapak tangannya atau telunjuknya, sedangkan orang Jepang menunjuk hidungnya dengan telunjuk. Banyak orang dari berbagai bangsa menggunakan tanda “V” (telunjuk dan jari tengah berdiri dan jari lainnya ditekuk) sebagai tanda kemenangan atau perdamaian, termasuk di Indonesia. Isyarat “V” tersebut mulai digunakan oleh Winston Churchill sebagai tanda kemenangan *(victory)* pada masa Perang Dunia II, juga sebagai lawan dari tanda salut a;a Naxi Hitler, tetapi kini juga melambangkan perjuangan demi kedamaian. Penggunaan isyarat tangan dan maknanya jelas berlainan dari budaya ke budaya (Mulyana, 2002: 318).

2. Postur Tubuh dan Posisi Kaki

Postur tubuh adalah yang secara tidak disadari oleh manusia selalu menjadi perhatian utama dalam menilai seseorang. Manusia bagai diperbudak oleh bentuk tubuh yang ideal. Kaum perempuan berlomba-lomba melakukan diet yang tidak sehat demi mendapatkan tubuh layaknya Jenifer Lopez (penyanyi luar negri yang memiliki tubuh indah), dan bahkan sampai rela menjalani bedah plastik.

Postur tubuh memang mempengaruhi citra diri. Beberapa penelitian dilakukan untuk mengetahui hubungan antara fisik dan karakter atau tempramen. Klasifikasi bentuk tubuh yang dilakukan William Sheldon misalnya menunjukan hubungan antara bentuk tubuh dan tempramen (Mulyana, 2002: 324). Dalam table dibawah ini:

Tabel 2.3

Hubungan Bentuk Tubuh dan Tempramen

|  |  |
| --- | --- |
| **BENTUK TUBUH** | **SIFAT ATAU TEMPRAMEN** |
| Gemuk | Malas dan tenang |
| Atletis | Asertif dan percaya diri |
| Kurus | Introvert, menyenangi aktifitas mental dari  pada fisik |

(Di olah dari: Mulyana, 2002: 324)

Penghargaan terhadap tubuh yang dianggap “baik” itu terutama lebih menonjol di kalangan wanita. Banyak wanita melakukan apa saja untuk memiliki tubuh yang ramping, apah keadaan seperti itu dikatakan sebagai salah satu untuk menunjukan identitas diri, tetapi identitas apa, atau hanya untuk menyenangkan kaum lelaki, atau apakah kaum wanita sudah merasa dirinya adalah makhluk terjelek. Seperti yang diungkapkan oleh Ayu Utami dalam bukunya Si Parasit Lajang ,”...Perempuan adalah makhluk terjelek di dunia, sebab ia selalu membubuhkan topeng, pupur, dan gincu...” (Utami, 2004: 74).

Cara berdiri atau duduk juga sering dimaknai secara berbeda ti tiap negara. Seperti halnya orang di Asia, Afrika, Timur Tengah dan Amerika Latin yang terbiasa duduk di atas lantai cenderung meliput salah satu atau kedua kaki mereka ketika duduk di kursi, perilaku yang dianggap kurang sopan oleh orang barat yang terbiasa duduk di kursi. Sebaliknya orang barat yang terbiasa duduk di kursi akan merasa “tersiksa” ketika harus duduk di atas karpet seperti yang dilakukan oleh orang Arab.

Ketika situasi formal, sering khalayak membentuk kesan mengenai orang yang diajak berkomunikasi dari cara ia berdiri atau duduk. Posturnya memberi isyarat halus mengenai kepribadiannya, namun isyarat ini dapat juga menyesatkan. Banyak orang berpikir bahwa mereka mampu menilai orang lain dari ketulusannya, keramahannya, rasa hormatnya pada khalayak, dan antusiasmenya berdasarkan cara ia berdiri, duduk atau berjalan (Mulyana, 2002:323).

Kaum pria dianggap lebih tinggi posisinya dari pada wanita, tidak mengherankan pula bahwa pria lebih leluasa mengatur postur tubuhnya dari pada wanita. Pria duduk bebas di ruang kantornya, misalnya dengan menyandarkan badan sepenuhnya ke sandaran kursi, bersilang kaki, atau meletakan kedua kakinya diatas meja, dan sekaligus menaruh kedua tangannya dibelakang kepala, maka wanita yang berperilaku demikian akan tampak seperti wanita yang maco (Mulyana, 2002: 329-330).

3. Ekspresi Wajah dan Tatapan Mata

Masuk akal bila banyak orang menganggap perilaku non verbal yang paling banyak “berbicara” dalah ekspresi wajah. Menurut Albert ehrabian, andil wajah bagi pengaruh pesan adalah 55%, sementara vokal 30%, dan verbal hanya 7.67%. menurut Birdwhistell, perubahan sangat sedikit saja dapat menciptakan perbedaan yang besar. Ia menemukan misalnya, bahwa terdapat 23 cara berbeda dalam mengangkat alis yang masing-masing mempunyai makna yang berbeda (Mulyana, 2002: 330).

Kontak mata punya dua fungsi dalam komunikasi antarpribadi:

1. Fungsi pengatur, untuk memberi tahu orang lain apakah anda akan melakukan hubungan dengan orang itu atau menghindarinya.
2. Fungsi ekspresif, memberi tahu orang lain bagaimana perasaan anda terhadapnya.

Ekspresi wajah merupakan perilaku non verbal utama yang mengekspresikan keadaan emosiaonal seseorang. Sebagian pakar mengakui, terdapat beberapa keadaan emosional yang di komunikasikan oleh ekspresi wajah yang tampaknya dipahami secara universal: kebahagiaan, kesedihan, ketakutan, keterkejutan, kemarahan, kejijian, dan niat. Ekspresi-ekspresi wajah tersebut dianggap “murni” sedangkan keadaan emosional lainnya (misalnya malu, rasa berdosa, bingung, puas) dianggap campuran yang umumnya lebih bergantung pada interpretasi (Mulyana, 2002: 335).

Secara umum dapat dikatakan bahwa makna ekspresi wajah dan pandangan mata tidaklah universal, melainkan sangat dipengaruhi oleh budaya. Ekspresi wajah boleh sama, namun maknanya mungkin berbeda. Bahkan seperti pesan verbal, dalam budaya yang sama pun ekkspresi wajah yang sama dapat berbeda makna dalam konteks komunikasi yang berbeda.

4. Parabahasa

Parabahasa atau vokalika (*vocalics*), merujuk pada aspek-aspek suara selain ucapan yang dapat dipahami, misalnya kecepatan berbicara, nada (tinggi atau rendah), intensitas (volume) suara, intonasi, dialek, suara terputus-putus, suara yang gemetar, suitan, siulan, tawa, erangan, tangis, gerutuan, gumaman, desahan dan sebagainya.

Setiap karakteristik suara ini mengkomunikasikan emosi dan pikiran kita. Suara terengah-engah menandakan kelemahan, sedangkan ucapan yang terlalu cepat menandakan ketegangan, kemarahan dan ketakutan. Terkadang kita bosan mendengarkan pembicaraan orang, bukan karena isi pembicaraannya, melainkan karena cara penyampaiannya yang lamban dan monoton.

Mehrabian dan Ferris menyebutkan bahwa parabahasa adalah terpenting setelah ekspresi wajah dalam menyapaikan perasaan atau emosi. Menurut formula mereka, parabahasa mempunyai andil 38% dari keseluruhan *impact* pesan. Oleh karena itu ekspresi wajah punya andil 55% dari keseluruhan *impact* pesan, lebih dari 90% isi emosionalnya ditentukan secara non verbal. Bahkan mehrabian dan Ferris mengakui bahwa *impact* kata-kata terucap terhadap komponen pesan hanya sekitar 7% (Mulyana, 2002: 342).

**2.6. Panggung *(Setting)* dalam *Impression management***

Dalam perspektif dramaturgis, kehidupan ini dilihat berdasarkan sebuah pertunjukan teater yang dipertunjukan diatas sebuah panggung yang dimainkan oleh aktor dengan berbagai peran-peran dengan menggunakan bahasa verbal ataupun menggunakan atribut-atribut tertentu. Menurut Goffman, kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi “panggung depan” (*front stage*) dan “panggung belakang” (*back stage*).

Wilayah depan merujuk kepada peristiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan pean formalnya. Mereka seperti sedang memainkan suatu peran di atas panggung sandiwara di hadapan khalayak penonton. Sebaliknya, wilayah belakang merujuk kepada tampat dan peristiwa yang memungkinkan mempersiapkan perannya di wilayah depan (Mulyana, 2002:114)

1) Panggung Depan

Goffman membagi panggung depan ini menjadi dua bagian: front pribadi (*personal front*), dan *setting*, yaitu situasi fisik yang harus ada ketika aktor harus melakukan pertunjukan. Tanpa *setting*, aktor biasanya tidak dapat melakukan pertunjukan. Misalnya seorang dosen memerlukan kelas sebagai *setting* tempat ia mempertunjukan perannya sebagai dosen. Front pribadi terdiri dari alat-alat yang dianggap khalayak sebagai perlengkapan yang dibawa ke dalam *setting*. Misalnya, seorang dosen di harapkan membawa buku-buku teks yang tebal ketika mengajar di kelas dan membawa peralatan pada saat mengajar seperti laptop dan proyektornya sebagai alat untuk presentasi. Personal front ini mencakup juga bahasa verbal dan bahasa tubuh sang aktor, misalnya berbicara sopan, pengucapan istilah asing, intonasi, postur tubuh, ekspresi wajah, pakaian, penampakan usia, ciri-ciri fisik, dan sebagainya (Mulyana, 2002: 114-115).

**Table 2.4**

***Front Stage***

|  |  |
| --- | --- |
| **PERSONAL FRONT** | ***SETTING*** |
| *Appeareance* (penampilan): pakaian,  gaya rambut, riasan wajah, asesoris dll | Tempat orang mempertunjukan perannya.  Contoh: seorang dokter mempertunjukan perannya di rumah sakit |
| *Manner* (tingkah laku): cara berbicara,  cara berjalan, cara duduk, cara makan dll |  |

**(Diolah dari: Mulyana, 2002: 114-115)**

2) Panggung Belakang

Kontras dengan panggung depan, panggung belakang memungkinkan pembicara dengan menggunakan kata-kata kasar atau tidak senonoh, bersendawa, kentut, bersenandung, dan bersiul. Panggung belakang biasanya berbatasan dengan panggung depan dan bersembunyi dari pandangan khalayak. Hal ini dimaksudkan untuk melindungi rahasia pertunjukan. Oleh karena itu, khalayak biasanya tidak diizinkan memasuki panggung belakang, kecuali dalam keadaan darurat. Suatu pertunjukan akan sulit dilakukan apabila aktor membolehkan khalayak berada di panggung belakang (Mulyana, 2002: 115)

Goffman mengakui bahwa panggung depan cenderung mengandung anasir struktural dalam arti bahwa panggung depan cenderung terlembagakan alias mewakili kepentingan kelompok atau organisasi. Sering ketika aktor melaksanakan perannya, peran tersebut telah ditetapkan lembaga tempat ia bernaung. Goffman juga berpendapat bahwa dalam menyajikan diri mereka yang diidealisasikan dalam pertunjukan mereka dipanggung depan, mereka merasa harus menyembunyikan hal-hal tertentu pertunjukannya.

**1. Aktor mungkin ingin menyembunyikan kesenangan-kesenangan tersembunyi.**

**2. Aktor mungkin ingin menyembunyikan kesalahan yang dibuat saat persiapan pertunjukan, juga langkah-langkah yang diambil untuk memperbaiki kesalahan terebut.**

**3. Aktor mungkin merasa perlu menunjukan produk akhir dan menyembunyikan fakta bahwa ia mulai salah arah.**

**4. 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.**

**5. Dalam melakukan pertunjukan tertentu, aktor mungkin harus mengabaikan standar lain, akhir aktor mungkin perlu menyembunyikan hinaan, pelecehan, atau perundingan yang dibuat sehingga pertunjukan dapat berlangsung (Mulyana, 2002: 116).**

Aspek lain dalam dramaturgi di panggung depan adalah bahwa aktor sering berusaha menyampaikan kesan bahwa mereka punya hubungan khusus atau jarak sosial lebih dekat dengan khalayak daripada jarak sosial yang sebenarnya. Goffman menyatakan bahwa orang tidak selamanya ingin menunjukan peran formalnya dalam panggung depan.

Orang mungkin memainkan suatu peran, meskipun ia enggan akan peran tersebur, atau menunjukan keengganannya untuk memainkannya padahal ia senang bukan kepalang akan peran tersebut. seorang dosen berpakaian *jeans* duduk diantara mahasiswa, dengan tutur bahasa seperti layaknya anak muda, meskipun mungkin saja ada mahasiswa yang tidak menyukai penampilnya tersebut. 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 peran sosial, dan identitas lain yang menguntungkan mereka (Mulyana, 2002: 117-118).

Setiap budaya mengkonsepsikan pola komunikasi diadik (dua orang) yang berlainan. Secara garis besar orang Barat senang berbicara berhadapan, sedangkan orang Timur senang berbicara berdampingan atau membentuk siku-siku. Bagi orang Timur, orang Cina khususnya, berbicara berhadapan mengesankan tidak nyaman dan konfrontatif. Dalam banyak budaya Timur, pengaturan tempat duduk mencerminkan perbedaan status dan peran. Di Jepang orang yang paling dihormati duduk di salah satu kepala meja berbentuk empat persegi panjang, pejabat berikutnya di kanan dan kiri posisi senior ini, dan posisi terendah duduk dekat pintu dan ujung meja yang berlawanan dengan tempat duduk orang yang paling berkuasa (Mulyana, 2002: 361).

**2.7. Media Baru – Internet**

Abad ke-20 dapat digambarkan sebagai ‘zaman pertama media massa’. Abad ini juga ditandai dengan berubahnya ketakjuban maupun ketakutan atas pengaruh media massa. Walaupun terjadi perubahan yang besar dalam lembaga dan teknologi media serta dalam masyarakat sendiri dan juga munculnya ‘ilmu komunikasi’, perdebatan publik mengenai signifikasi sosial yang potensial dari ‘media’ sepertinya tidak terlalu berubah. Penggambaran isu yang muncul selama dua atau tiga dekade awal pada abad ke-20 lebih dari sekedar kepentingan sejarah dan pemikiran awal memberikan poin rujukan untuk memahami masa kini. (McQuail, 2001:56)

Media massa berkembang begitu cepat. Seiringa dengan perkembangan teknologi komunikasi, komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks, serta memiliki kekuatan yang lebih dari masa-masa sebelumnya. Hal ini ditandai dengan munculnya media baru. Istilah ‘media baru’ telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam.

Menurut Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011:43) ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.

Adapun perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan penerimaan secara stimulant, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, menggangu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayahan dan modernitas, menyediakan kontrak global secara instan, dan memasukan subjek modern akhir ke dalam mesin apparat yang berjaringan (Poster, dalam McQuail, 2011:151).

Klaim status paling utama sebagai media baru dan mungkin juga sebagai media massa adalah internet. Meskipun demikian, ciri-ciri massal bukanlah karakteristik utamanya. Pada awalnya, internet dimulai sebagai alat komunikasi non-komersial dan pertukaran data antara professional, tetapi perkembangan selanjutnya adalah internet sebagai alat komunikasi pribadi dan antarpribadi (Castells). Media ini belum matang maupun memiliki definisi yang jelas sejalan dengan penilaian Lievrouw yang menyatakan bahwa ‘belum terdapat bentuk aplikasi yang sangat hebat *(killer application)* dari intrraksi dalam jaringan (daring)’. Walaupun demikian, kita juga dapat melihat aplikasi mesin pencari dan situs jaringan sosial sebagai aplikasi yang unik dan dominan (McQuail, 2014: 44).

Kemuculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalaam hal ini internet sedikit banyanyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet di kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di belahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasnya. Mengakses internet saat ini sudah menjadi ruinitas kebanyakan masyarakat. Tidak hanya dengan menggunakan computer atau laptop saja, tetapi kini dapat mengaksesnya melalui *handphone* dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah provider telpon seluler.

**2.8. Eksistensi**

Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, untuk ‘menjadi’ atau ‘mengada’. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *exsistere.* Eksistensi atau pengakuan ialah suatu keadaan di mana seseorang ingin diakui dan dihargai oleh orang-orang disekelilingnya. Eksistensi bersifat lentur dan selalu dicari ataupun dikejar oleh manusia. Ini sama halnya dengan fenomena yang ada pada saat ini. Dimana orang-orang beranggapan bahwa memiliki banyak akun di setiap situs jejaring sosial merupakan cara terbaik untuk mendapat pengakuan. Manusia sekarang lebih merasa bangga saat ia bisa mendapat *followers* atau *subscriber* di media sosial disbanding memiliki mobil mewah.

Namun jika kita cermati dengan baik, nyatanya fenomena eksistensi juga diikuti dengan efek samping yang tidak kalah hebat dengan nilai positif yang terkandung di dalamnya. Dalam tingkat ketergantungan yang tinggi antara manusia dengan dunia maya serta eksistensi manusia itu sendiri, tidak mustahil apabila suatu saat hal tersebut justru akan mengikat manusia dan mengurung manusia itu sendiri dala penjara abstrak yang bernama dunia maya.

**2.9. Media Sosial**

Media sosial adalah fase perubahan dimana bagaimana orang menemukan, membaca dan membagi-bagikan berIta, informasi dan konten kepada orang lain. Media sosial adalah perpaduan sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (one to many) menjadi dialog (many to many) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembaca konten menjadi penerbit konten. Media sosial telah menjadi sangat populer karena memberikan kesempatan orang-orang untuk terhubung dunia *online* dalam bentuk hubungan personal, politik dan kegiatan bisnis.

Larry D Rosen juga mengatakan bahwa penelitian baru menemukan pengaruh positif terkait dengan jejaring sosial, termasuk di dalamnya adalah:

**1. Remaja yang menghabiskan banyak waktu di Facebook dapat menunjukkan rasa "empati virtual" yang lebih baik kepadateman- teman online mereka.**

**2. Remaja dewasa introvert melalui media jejaring sosial online terbantu untuk belajar bagaimana bersosialisasi di balik lindungan berbagai macam layar monitor, mulai dari smartphone layar dua inci hingga laptop berlayar 17-inchi.**

**3. Jejaring sosial dapat menjadi alat untuk mengajar dan cara yang menarik yang dapat melibatkan para siswa-siswa muda.**

Media sosial sendiri mempunyai fungsi positif, antara lain:

**1. Memberikan informasi tentang peristiwa dan kondisi dalam masyarakat; menunjukan adanya hubungan kekuasaan, serta memudahkan inovasi, adaptasi, dan kemajuan;**

**2. Memberikan informasi tentang korelasi yang bersifat menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi; melakukan sosialisasi dan membentuk konsensus.**

**3. Memberikan informasi tentang hal yang berkesinambungan meliputi peningkatan dan pelestarian nilai-nilai;mengekspresikan budaya dominan dan mengakui budaya khusus.**

**4. Memberikan hiburan untuk meredakan ketegangan sosial, mengalihkan perhatian dan sarana relaksasi.**

**5. Mobilisasi untuk mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, pembangunan, pekerjaan dan agama (McQuail, 1996: 58).**

**2.10. Dramaturgi**

Menurut Erving Goffman seperti yang dikutip dalam Mulyana

**“Dramaturgi adalah suatu pandangan atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan drama panggung” (Mulyana, 2008:106).**

Pengertian dramaturgi Goffman khususnya berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain. Dalam pengantar bukunya, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Goffman menyatakan seperti yang dikutip dalam Mulyana berikut:

Perspektif yang digunakan dalam laporan ini adalah perspektif pertunjukan teater; prinsip-prinsipnya bersifat dramaturgis. Saya akan membahas cara individu..menampilkan dirinya sendiri dan aktivitasnya kepada orang lain, cara ia memandu dan mengendalikan kesan yang dibentuk orang lain terhadapnya dan segala hal yang mungkin atau tidak mungkin ia lakukan untuk menopang pertunjukannya di hadapan orang lain (Mulyana, 2008: 107).

Pandangan dramaturgi tentang kehidupan sosial, makna bukanlah warisan budaya, sosialisasi atau perwujudan dari potensi psikologis dan biologis, melainkan pencapaian problematik interaksi manusia dan penuh dengan perubahan, kebaruan, dan kebingungan. Maka atas suatu simbol, penampilan atau perilaku sepenuhnya bersifat serba mungkin, sementara dan situasional.

Maka fokus pendekatan dramaturgi adalah bukan apa yang orang lakukan, apa yang ingin mereka lakukan atau mengapa mereka lakukan, melainkan bagaimana mereka melakukannya. Berdasarkan pandangan Kenneth Burke bahwa dramaturgi menekankan dimensi ekspresif aktivitas manusia, yakni bahwa mereka mengekspresikan diri dalam interaksi dengan orang lain yang juga ekspresif. Oleh karena perilaku manusia bersifat ekspresif inilah perilaku manusia bersifat dramatik (Mulyana, 2008: 107).

Seseorang biasanya tidak selalu memunculkan karakter dirinya yang sebenarnya. Karena yang ia inginkan adalah orang lain menilai dirinya sesuai dengan karakter yang ia tonjolkan, maka ia akan memainkan peran yang diinginkannya. Karena begitu banyaknya peran yang dimainkan oleh seseorang, tidak semua peran itu mereka lakukan dengan intensitas yang sama. Hal ini disebut sebagai jarak peran.

Menurut Goffman, “Jarak peran yang merujuk kepada sejauh mana aktor memisahkan diri mereka dari peran yang mereka pegang” (Mulyana, 2001: 118). Jadi seseorang harus bisa memisahkan perannya antara peran yang satu dengan peran yang lain.

Namun dalam menampilkan diri di hadapan orang lain, seseorang tidak selalu berjalan mulus seperti apa yang diinginkannya, melainkan selalu saja akan ada gangguan. Untuk itulah pendekatan dramaturgi juga berkaitan dengan bagaimana cara mengatasi gangguan-gangguan tersebut. Meskipun begitu, kesalahan-kesalahan dalam menampilkan citra diri mereka dapat di antisipasi dengan baik.

**2.11 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini bukanlah untuk menguji teori, melainkan untuk dijadikan panduan atau landasan, agar penelitian dapat lebih terarah dan fokus pada masalah yang akan diteliti, yaitu pembentukan konsep diri seorang *vlogger* dalam youtube.

Dalam penelitian ini, penulis berpedoman pada perspektif dramaturgi dari Erving Goffman. Pendekatan dramaturgi ingin mengungkapkan kehidupan sosial seseorang, sebagai serangkaian aksi pertunjukan di panggung. Menurut Goffman, kebanyakan attribut dan aktivitas manusia digunakan untuk presentasi diri. Cara kita berdandan ketika kita diwawancarai dalam rangka melamar pekerjaan berbeda dengan cara kita berdandan ketika menghadiri pengajian. Singkatnya, kita “mengelola” informasi yang kita berikan kepada orang lain.

Erving Goffman mencoba mengungkap sisi kehidupan manusia dalam panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Panggung depan ibarat panggung sandiwara yang dapat ditonton oleh khalayak. Panggung belakang ibarat panggung sandiwara bagian belakang tempat pemain sandiwara mempersiapkan diri dan berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan.

Panggung depan disini yaitu pada saat subjek penelitian berperan dalam menggunakan media sosial youtube yang mereka miliki. Sedangkan panggung belakang ketika mereka bersosialisasi di dalam kehidupan nyata/sehari-hari. Vlogger tentunya ingin membuat citra diri mereka terlihat baik oleh orang lain, sehingga media sosial membentuk pribadi mereka.

Terkait dengan pribadi seseorang, berarti berhubungan dengan konsep diri, banyak pengertian yang diberikan oleh para ahli mengenai konsep diri. Fitts (Agustiani, 2006: 45), mengemukakan bahwa konsep diri merupakan kerangka acuan *(frame of reference)* dalam berinteraksi dengan lingkungan. Agustiani (2006) menjelaskan bahwa konsep diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang mengenai dirinya, yang dibentuk melalui pengalaman-pengalaman yang dia peroleh dari interaksi dengan lingkungan.

William D. Brooks (1974) mendefinisikan konsep diri sebagai “*those physical, social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and our interaction with others*” (Rakhmat, 2005:99). Jadi, konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Persepsi tentang diri ini boleh bersifat psikologi, sosial dan fisis.

Konsep diri ini merupakan bagian penting atau inti kepribadian yang menentukan atau mempengaruhi perkembangan dan membentuk kepribadian. Konsep diri sebenarnya adalah keyakinan seseorang tentang pendapat orang yang penting baginya mengenai dirinya. Dengan demikian, konsep diri ini merupakan bayangan cermin yang memperlihatkan atau menunjukan takaran maupun ukuran mengenai keberanian, keyakinan, gambaran, pandangan, pemikiran, perasaan terhadap apa yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri yang dipengaruhi dan ditentukan oleh peran orang lain, serta bagaimana reaksi orang lain terhadap dirinya.

Konsep diri juga mempunyai aspek-aspek tersendiri. Aspek konsep diri menurut pandangan Berzonsky (dalam Burns, 1993:101) terdiri atas:

**1. Aspek fisik; meliputi penilaian individu terhadap segala sesuatu yang dimilikinya.**

**2. Aspek sosial; meliputi bagaimana peranan sosial yang dimainkan oleh individu dan sejauhmana penilaian terhadap kerjanya.**

**3. Aspek psikis; meliputi pikiran, perasaan dan sikap individu terhadap dirinya sendiri.**

**Gambar 2.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

1. Berbicara Tanpa Batas

2. Tidak Membatasi Diri/Terbuka

3. Bersikap Bebas

1. *Setting*

2. *Personal Front* (Penampilan Diri)

3. *Expressive Equipment* (Peralatan untuk mengekspresikan diri)

Eksistensi Diri

*Impression Management*

Teori Dramaturgi

Erving Goffman

Panggung Belakang

*(Back Stage)*

Panggung Depan

*(Front Stage)*