

## **BAB II**

### **1. Kajian Literatur**

#### **2.1 Review Penelitian Sejenis**

Sebelum melakukan penelitian mengenai studi Dramaturgi “GAYA HIDUP HEDONISME DI KALANGAN MAHASISWA” adapun peneliti akan menyusun kajian pustaka terlebih dahulu. Kajian pustaka yang dilakukan peneliti adalah melakukan kajian pustaka dengan penelitian sebelumnya yang sejenis atau terkait dengan penelitian yang di jadikan acuan untuk melakukan penelitian ini :

1. Rujukan penelitian pertama yaitu skripsi dari Angga Sumanto Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia tahun 2013 dengan judul skripsi Perilaku Pengguna Ganja (Studi Dramaturgi Perilaku Komunikasi Penggunaan Ganja dalam Kehidupanya di Kota Bandung). Dalam penelitiannya peneliti menggunakan metode kualitatif dengan metode studi Dramaturgi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara : wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.
2. Rujukan penelitian yang ke dua yaitu skripsi dari Elfrida Grace Mahasiswa Universitas Sumatera Utara tahun 2008 dengan judul skripsi Ayam Kampus Kota Medan Dengan Analisis Teori Dramaturgi (Studi Dramaturgi pada Mahasiswi “ayam kampus” di Kota Medan. Dalam penelitiannya peneliti menggunakan metode kualitatif dengan metode studi Dramaturgi.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara : wawancara mendalam, observasi dan didukung dengan pencatatan dokumen yang berasal dari jurnal dan surat kabar serta situs internet.

3. Rujukan penelitian yang ketiga yaitu skripsi dari Nicko Tamara L Mahasiswa Universitas Padjajaran tahun 2011 dengan judul skripsi Presentasi diri seorang mahasiswa Gay (studi dramaturgi tentang presentasi diri seorang mahasiswa gay). Dalam penelitiannya peneliti menggunakan metode kualitatif dengan metode studi Dramaturgi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara : Observasi, wawancara mendalam dan studi kepustakaan.

*Tabel 2.1*

*Review Penelitian Terdahulu*

<b>ASPEK</b>	<b>NAMA PENELITI</b>		
	<b>ANGGA SUMANTONO</b>	<b>ELFRIDA GRACE</b>	<b>NICKO TAMARA L</b>
<b>JUDUL PENELITIAN</b>	Perilaku Pengguna Ganja (Studi Dramaturgi Perilaku Komunikasi Penggunaan Ganja dalam Kehidupannya di Kota Bandung)	Ayam Kampus Kota Medan Dengan Analisis Teori Dramaturgi (studi dramaturgi pada mahasiswi “ayam kampus” di Kota Medan	Presentasi diri seorang mahasiswa Gay (studi dramaturgi tentang presentasi diri seorang mahasiswa gay)
<b>JENIS PENELITIAN</b>	Pendekatan Kualitatif dengan metode studi Dramaturgi	Pendekatan Kualitatif dengan metode studi Dramaturgi	Pendekatan Kualitatif dengan metode studi Dramaturgi

<p><b>TUJUAN PENELITIAN</b></p>	<p>Untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi pengguna ganja (studi dramaturgi perilaku komunikasi pengguna ganja dalam kehidupannya di kota Bandung</p>	<p>Untuk mendeskripsikan deviasi sosial yang terjadi pada mahasiswi yang sehari harinya melibatkan dirinya menjadi ayam kampus</p>	<p>Untuk mengetahui presentasi diri dari mahasiswa gay dengan meneliti <i>front region</i> dan <i>back region</i> untuk memunculkan pengelolaan pesannya di kehidupannya sehari hari</p>
<p><b>HASIL PENELITIAN</b></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa panggung depan pengguna ganja hampir semuanya menggunakan panggung depan sesuai dengan peran mereka di masyarakat. Mereka berperan layaknya aktris atau aktor</p>	<p>Hasilnya menunjukkan bahwa ayam kampus saat di panggung depan mereka mengelola kesan dengan baik untuk menyembunyikan identitas mereka ke khalayak orang, sedangkan</p>	<p>Hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa gay pada panggung depan mereka mengelola kesan dengan baik untuk menyembunyikan identitas mereka ke khalayak orang, sedangkan</p>

	<p>dalam suatu pertunjukan drama panggung. Pada panggung belakang, penggunaan ganja memainkan sebuah peran yang utuh sehingga pada saat mereka memainkan peran mereka di panggung depan dan panggung belakang memiliki suatu peran yang sangat berbeda.</p>	<p>dalam panggung belakangnya mereka mempunyai gadun untuk memenuhi kebutuhan pribadinya.</p>	<p>panggung belakangnya mereka mempunyai sebuah komunitas untuk gay dan di tempat itu mereka bisa menjadi diri mereka seutuhnya tanpa ada yang disembunyikan oleh jati dirinya.</p>
<b>PERSAMAAN</b>	<p>Persamaan terletak pada metodologi penelitian yang digunakan yaitu studi dramaturgi</p>	<p>Persamaan terletak pada metodologi penelitian yang digunakan yaitu studi dramaturgi</p>	<p>Persamaan terletak pada metodologi penelitian yang digunakan yaitu studi dramaturgi</p>

<b>PERBEDAAN</b>	Perbedaan terletak pada Objek yang diteliti dan tujuan penelitian	Perbedaan terletak pada Objek yang diteliti dan tujuan penelitian	Perbedaan terletak pada Objek yang diteliti dan tujuan penelitian
------------------	--	--	--

## **2.2 Kerangka Konseptual**

### **2.2.1 Komunikasi**

#### **2.2.1.1 Pengertian Komunikasi**

Dalam setiap kehidupan manusia tidak bisa terlepas dari kegiatan komunikasi. Komunikasi adalah suatu kebutuhan yang fundamental bagi manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Manusia adalah makhluk sosial dan sebagai makhluk sosial sangatlah tidak mungkin bagi manusia untuk tidak melakukan komunikasi dengan manusia lain karena hanya dengan komunikasi manusia dapat mengenal satu sama lain dan saling bertukar berbagai macam informasi sehingga meningkatkan pengetahuan manusia dalam berbagai bidang.

“Ilmu Komunikasi sifatnya interdisipliner atau multidisipliner, ini disebabkan oleh objek materialnya sama dengan ilmu-ilmu lainnya, terutama termasuk kedalam ilmu sosial atau ilmu kemasyarakatan” (Effendy,2004,h.3).

“Komunikasi mengandung makna bersama-sama (common). Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu communication yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifat yang diambil dari communis, yang bermakna umum bersama-sama”.

*“Communication as a social science, communication involves understanding how people behave in creating, exchanging and interpreting message, consequently, communication inquiry combines both scientific and humanistic methods”*(Little John,2007,h.239).”

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu ilmu pengetahuan sosial yang memiliki ciri-ciri berkenaan dengan pemahaman bagaimana orang berperilaku dalam menciptakan, mempertularkan serta menginterpretasikan pesan-pesan.

### **2.2.1.2 Komponen-komponen Komunikasi**

Komunikasi terdiri dari proses yang di dalamnya terdapat unsur atau komponen. Laswell menyatakan bahwa ada 5 unsur komunikasi, yaitu :

#### **1. Sumber (source)**

Nama lain dari sumber adalah sender, communicator, speaker, encoder atau originator. merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa saja berupa individu, kelompok, organisasi, perusahaan bahkan negara.

#### **2. Pesan**

Merupakan seperangkat simbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber (source).

### 3. Saluran

Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (source) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan dan cara penyajian pesan.

### 4. Penerima

Nama lain dari penerima adalah destination, communicate, decoder, audience, listener dan interpreter dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan.

### 5. Efek

Merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan tersebut.

Jadi setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan kelima unsur ini saling bergantung satu sama lain. Artinya tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi.

#### **2.2.1.3 Bentuk-bentuk Komunikasi**

Deddy Mulyana menyatakan bahwa Bentuk-bentuk komunikasi, diantaranya :

1. Komunikasi Intrapribadi (Intapersonal Communication) Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Contohnya berpikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam

konteks-konteks lainnya, meskipun dalam disiplin ilmu komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan dirisendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal Communication) Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi

3. Komunikasi Kelompok (group communication) Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut.

4. Komunikasi Publik (public communication) Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau

kuliah (umum). Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk.

5. Komunikasi Organisasi (Organizational Communication) Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni : komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horisontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gossip.

6. Komunikasi Massa (Mass Communication) Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik).

#### **2.2.1.4 Tujuan Komunikasi**

Tujuan Komunikasi Kegiatan komunikasi yang dilakukan sehari-hari oleh manusia tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbeda-beda yang nantinya diharapkan dapat tercipta saling pengertian. Onong Uchjana Effendy menyatakan bahwa tujuan komunikasi, yaitu :

1. Perubahan sikap (Attitude change)
2. Perubahan pendapat (Opinion change)
3. Perubahan perilaku (Behavior change)
4. Perubahan sosial (Social change) (Effendy, 2003, h.8)

Dari empat poin yang dikemukakan diatas tersebut oleh Onong Uchjana effendy, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bertujuan untuk merubah sikap, pendapat, perilaku, dan pada perubahan sosial masyarakat. Sedangkan fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampai informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap ataupun dalam bertindak.

#### **2.2.1.5 Fungsi Komunikasi**

Pada umumnya komunikasi dalam pelaksanaannya memiliki berbagai macam fungsi dalam kehidupan manusia. Onong Uchjana Effendy menyatakan bahwa fungsi komunikasi yaitu :

1. Menyampaikan informasi (to inform)
2. Mendidik (to educate)
3. Menghibur (to entertain)
4. Mempengaruhi (to influence) .

Dari poin diatas, dapat disimpulkan bahwa biasanya selalu ada dan terkandung pada setiap pesan yang disampaikan, baik melalui media cetak atau elektronik

ataupun pada lisan dan tulisan. Penyampaian informasi ini merupakan hal umum dan biasa dalam kehidupan sehari-hari, mendidik (to educate) biasanya fungsi ini dilakukan oleh orang yang berprofesi sebagai pengajar (guru, dosen), hiburan merupakan salah satu fungsi komunikasi. yang cukup diminati karena adanya factor kesenangan, mempengaruhi (to influence) biasanya bersatu dengan penyampaian informasi.

## **2.2.2. Komunikasi Interpersonal**

### **2.2.2.1. Definisi Komunikasi Interpersonal**

Secara umum, komunikasi interpersonal dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi. Komunikasi ineterpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Menurut Effendy, komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar komunikator dengan komunikan, komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung, komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang melibatkan dua orang atau lebih. Setiap pihak dapat menjadi pemberi dan pengirim pesan sekaligus pada waktu yang bersamaan. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Dalam komunikasi interpersonal, setiap partisipan menggunakan semua elemen dari proses komunikasi.

Misalnya, masing-masing pihak akan membicarakan latar belakang dan pengalaman masing-masing dalam percakapan tersebut.

Komunikasi interpersonal memungkinkan terjadinya kerjasama sosial, membuat kesepakatan-kesepakatan penting dan lain-lain. Individu yang terlibat dalam komunikasi memiliki latar belakang sosial, budaya dan pengalaman psikologis yang berbeda-beda. Perbedaan ini dapat mempengaruhi efektifitas sebuah komunikasi. Sangat penting bagi setiap individu untuk memahami simbol-simbol yang digunakan dalam komunikasi.

#### **2.2.2.2. Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal**

Menurut S. Djuarsa Sendjaja (2002) komunikasi interpersonal memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1) Pihak-pihak yang melakukan komunikasi berada dalam jarak yang dekat. Pihak yang dapat dikatakan melakukan komunikasi interpersonal harus tidak berada dalam jarak jauh melainkan saling berdekatan (face to face). Apabila salah satu lawan bicara menggunakan media dalam penyampaian pesan karena perbedaan jarak, itu tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi interpersonal.

2) Pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara spontan baik secara verbal maupun nonverbal. Didalam komunikasi interpersonal, feedback yang diberikan oleh komunikan biasanya secara spontan begitu juga dengan tanggapan dari komunikator. Dengan respon yang diberikan secara spontan dapat mengurangi kebohongan salah sat lawan bicara dengan cara melihat gerak gerik ketika sedang berkomunikasi.

3) Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi. Mutual understanding akan diperoleh dalam komunikasi interpersonal ini, apabila diantara kedua belah pihak dapat menjalankan dan menerapkan komunikasi ini dengan melihat syarat-syarat yang berlaku seperti, mengetahui waktu, tempat dan lawan bicara.

4) Kedekatan hubungan pihak-pihak komunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon non-verbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang dekat. Kita dapat membedakan seberapa dekat hubungan seseorang dengan lawan bicaranya, hal ini dapat dilihat dari respon yang diberikan. Misalnya, kedekatan dalam berkomunikasi antara sepasang kekasih dengan sepasang persahabatan, melalui respon non-verbal kita dapat melihat mereka sepasang kekasih atau hanya teman biasa. Meskipun setiap orang berhak mengubah topik dalam pembicaraan, akan tetapi didalam kenyataannya, komunikasi antarpersonal bisa saja didominasi oleh satu pihak. Misalnya, dosen-mahasiswa didominasi oleh dosen. Komunikasi interpersonal dikatakan lebih efektif dalam hal membujuk lawan bicara karena tanpa menggunakan media dalam penyampaian pesannya serta dapat langsung melihat reaksi dari lawan bicara. Komunikasi interpersonal sering dilakukan oleh semua orang dalam berhubungan dengan masyarakat luas.

### **2.2.2.3. Karakteristik Komunikasi Interpersonal**

Disamping definisi komunikasi interpersonal, sebenarnya terdapat sejumlah karakteristik yang menentukan kegiatan yang dapat disebut komunikasi antarpribadi

atau interpersonal. Judy C. Pearson (1983) dalam buku Teori Komunikasi menyebutkan enam karakteristik antarpribadi, sebagai berikut:

1) Komunikasi antarpribadi dimulai dengan diri pribadi (self), berbagai persepsi komunikasi yang menyangkut pengamatan dan pemahaman berangkat dari dalam diri kita, artinya dibatasi oleh siapa diri kita dan bagaimana pengalaman kita.

2) Komunikasi antarpribadi bersifat transaksional, anggapan ini mengacu pada tindakan pihak-pihak yang berkomunikasi secara serempak menyampaikan dan menerima pesan.

3) Komunikasi antarpribadi mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antar pribadi, maksudnya komunikasi antarpribadi tidak hanya berkenaan dengan isi pesan yang dipertukarkan, tetapi juga melibatkan siapa partner komunikasi kita dan bagaimana hubungan kita dengan partner tersebut.

4) Komunikasi antarpribadi mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi.

5) Komunikasi antarpribadi melibatkan pihak-pihak saling tergantung satu dengan yang lainnya (interdependen) dalam proses berkomunikasi.

6) Komunikasi antarpribadi tidak dapat diubah ataupun di ulang, jika kita salah mengucapkan sesuatu kepada lawan komunikasi kita, mungkin kita dapat meminta maaf dan diberi maaf, tetapi itu tidak berarti menghapus apa yang pernah kita ucapkan. Demikian pula kita tidak dapat mengulang sesuatu pernyataan dengan harapan untuk mendapatkan hasil yang sama, karena dalam proses komunikasi antar manusia, hal ini akan sangat tergantung dari respon lawan komunikasi kita.

## 2.2.3 Gaya Hidup

### 2.2.3.1 Pengertian Gaya Hidup

Istilah gaya hidup mula-mula diperkenalkan oleh Max Weber, ia menyatakan status sosial terutama ditentukan oleh gaya hidup seseorang lebih ditentukan oleh cara seseorang yang mengkonsumsi dari pada memproduksi karena perubahan status sosial cenderung juga berarti perubahan kekayaan kekuasaan dan pendidikan maka strata sosial yang berbeda cenderung mengembangkan sub-kultur yang ditandai oleh gaya hidup yang berbeda asalkan tingkat perubahan cukup moderat.

Gaya hidup juga adalah sarana ekspresi diri agar diterima dalam kelompok acuannya (reference group) artinya nya jika seseorang mempunyai keinginan untuk dapat digolongkan sebagai bagian dari kelompok suatu status sosial ia akan berusaha memenuhi aturan main yang berlaku dalam kelompok tersebut. Ia akan berusaha citra dirinya sesuai dengan status sosial yang disandang dan diidam-idamkan dan berusaha memperoleh penerimaan sosial. Menurut *Gidden* gaya hidup merupakan konsep refleksi, seperti ketika ada pertanyaan bagaimana saya hidup, siapa saya, harus dijawab dengan keputusan dari hari ke hari tentang bagaimana perilaku, apa yang dipakai dan apa yang dimakan dan menempatkan dengan cara lain dalam tatanan post tradisional diri (*the self*) menjadi sebuah proyek refleksi. Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan seseorang tentang bagaimana individu tersebut menggunakan waktu dan uang. Gaya hidup dipengaruhi oleh kebudayaan demografi ekonomi dan aspek psikologi yang ada pada individu. Sosiologi memiliki dua sudut pandang dalam melihat selera yaitu pandangan *Max Weber* dan *Theorstein Veblen*. Menurut pandangan Weber selera merupakan pengikat

kelompok *in group* sedangkan veblen memandang selera sebagai senjata dalam kompetisi. kompetisi tersebut berlangsung antar pribadi di antara satu sama lain.

### **2.2.3.2 Jenis-jenis Gaya Hidup**

Menurut Mowen dan Minor, terdapat sembilan jenis gaya hidup yaitu sebagai berikut :

#### **1. Functionalists.**

Menghabiskan uang untuk hal-hal yang penting. Pendidikan rata-rata, pendapatan rata-rata, kebanyakan pekerja kasar (buruh). Berusia kurang dari 55 tahun dan telah menikah serta memiliki anak.

#### **2. Nurturers.**

Muda dan berpendapatan rendah. Mereka berfokus pada membesarkan anak, baru membangun rumahtangga dan nilai-nilai keluarga. Pendidikan diatas rata-rata.

#### **3. Aspirers.**

Berfokus pada menikmati gaya hidup tinggi dengan membelanjakan sejumlah uang di atas rata-rata untuk barang-barang berstatus, khususnya tempat tinggal. Memiliki karakteristik Yuppie klasik. Pendidikan tinggi, pekerja kantor, menikah tanpa anak.

#### **4. Experientials.**

Membelanjakan jumlah di atas rata-rata terhadap barangbarang hiburan, hobi, dan kesenangan (convenience). Pendidikan rata-rata, tetapi pendapatannya diatas rata-rata karena mereka adalah pekerja kantor.

#### **5.Succeeders.**

Rumah tangga yang mapan. Berusia setengah baya dan berpendidikan tinggi. Pendapatan tertinggi dari kesembilan kelompok. Menghabiskan banyak waktu pada pendidikan dan kemajuan diri. Menghabiskan uang di atas rata-rata untuk hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan.

#### **6.Moral majority.**

Pengeluaran yang besar untuk organisasi pendidikan, masalah politik dan gereja. Berada pada tahap empty-nest. Pendapatan tertinggi kedua. Pencari nafkah tunggal.

#### **7.The golden years.**

Kebanyakan adalah para pensiunan, tetapi pendapatannya tertinggi ketiga. Melakukan pembelian tempat tinggal kedua. Melakukan pengeluaran yang besar pada produk-produk padat modal dan hiburan.

#### **8.Sustainers.**

Kelompok orang dewasa dan tertua. Sudah pensiun. Tingkat pendapatan terbesar dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari dan alkohol. Pendidikan rendah, pendapatan terendah kedua.

#### **9.Subsisters.**

Tingkat sosial ekonomi rendah. Persentase kehidupan pada kesejahteraan di atas rata-rata. Kebanyakan merupakan keluarga-keluarga dengan pencari nafkah dan orang tua tunggal jumlahnya di atas rata-rata kelompok minoritas.

### **2.2.3.3 Indikator dan Pengukuran Gaya Hidup**

Menurut Sunarto, terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut :

### **1. Kegiatan (Activity)**

Adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.

### **2. Minat (Interest)**

Adalah objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

### **3. Opini (Opinion)**

Adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orol ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

#### **2.2.3.4 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup**

Menurut Amstrong faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, persepsi, kelompok referensi, kelas sosial, keluarga dan kebudayaan. Adapun penjelasan untuk masing-masing faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah sebagai berikut:

1. Sikap. Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.
2. Pengalaman dan pengamatan. Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di 1 masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.
3. Kepribadian. Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.
4. Konsep Diri. Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya.

5. Motif. Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.
6. Persepsi. Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

#### **2.2.4 HEDONISME**

Pengertian hedonisme diambil dari bahasa Yunani, yaitu 'hedone', di mana pengertian hedonisme tersebut berarti kesenangan. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian hedonisme adalah pandangan yang menganggap kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama dalam hidup.

Untuk memahami hedonisme kita harus mengenali dulu apa sebenarnya kesenangan itu. Kesenangan adalah suatu hal yang subjektif dan memiliki pemahaman luas, tetapi mudah untuk kita temukan dalam keseharian. Bisa jadi kesenangan adalah pelukan hangat dari orang terkasih atau alunan musik yang memberi semangat pada hari Anda. Jadi, tak harus melulu soal uang berlimpah dan barang-barang mewah, pengalaman setiap orang akan kesenangan tentu saja bisa berbeda. Tidak ada jenis kesenangan dengan respons yang sama persis pada setiap orang. Berbagai hal dapat

menjadi rangsangan yang mungkin akan Anda respons sebagai kesenangan. Interaksi itulah yang dicari dalam prinsip hedonisme, apa pun bentuknya selama Anda merasa senang.

Seorang psikolog bernama Warburton mengungkapkan bahwa sejatinya mengejar kesenangan bagi manusia adalah hal alami yang tidak bisa diabaikan. Pola pikir tersebut juga berpengaruh pada pandangan hedonis dalam menghadapi masalah dan tekanan dalam hidupnya. Warburton percaya bahwa hedonisme dapat mengurangi tingkat stres seseorang dan dengan begitu kesehatannya dapat lebih terjaga.

Dengan menerapkan teori Epicurus akan hedonisme yang sesungguhnya, orang-orang harusnya bisa menyeimbangkan hidupnya. Contohnya, berfoya-foya menghabiskan uang dalam satu malam adalah hal yang tidak baik untuk kehidupan jangka panjang. Tapi juga terlalu khawatir akan masa depan sehingga selalu menahan diri untuk merasakan kegembiraan pun bisa berbahaya pada kesehatan. Epicurus percaya bahwa kesenangan saat ini dan di masa depan adalah hal yang sama pentingnya.

Sementara dalam penelitian lainnya yang diterbitkan Science Direct, diungkapkan bahwa emosi yang menyenangkan dari rasa gembira yang terpenuhi diasosiasikan dengan pemikiran yang lebih luas dan kreatif serta dampak-dampak positif lainnya, seperti lebih tangguh dalam menghadapi tantangan hidup, sehat secara fisik, dan berumur panjang.

Layaknya banyak hal di dunia ini yang memiliki dua sisi, hedonisme juga tak luput dari bahaya yang menyertainya. Hedonisme erat kaitannya dengan godaan dan nafsu manusia akan kesenangan semata. Meskipun begitu, Aristippus berpendapat

bahwa memang benar orang harus mencari kesenangan dalam hidup, tetapi mereka tetap harus menggunakan pertimbangan akal sehat agar mampu mengendalikan nafsu yang tak selalu baik bagi dirinya.

Apabila pada praktiknya terjadi penyalahgunaan prinsip hedonisme ini, maka akan berakibat buruk baik bagi individu yang menjalaninya maupun lingkungan di sekitarnya, seperti:

### **1. Meningkatkan perilaku konsumtif/konsumerisme**

Hedonisme yang kita kenal sekarang mungkin sangat menggambarkan konsumerisme. Bahkan hedonisme sudah bergeser maknanya dari mengejar kesenangan yang bisa bermacam bentuknya, menjadi lebih ke bentuk materi dan perilaku konsumtif. Dalam upayanya untuk memuaskan kesenangannya akan materi, seorang hedonis bisa saja menghabiskan barang dan jasa yang tersedia secara berlebihan.

### **2. Memiliki pandangan hidup serba instan**

Seorang hedonis akan melihat suatu harta sebagai hasil akhir dan tidak terlalu menganggap proses untuk mencapai hasil akhir tersebut. Akibatnya, seseorang akan melakukan pembenaran atau rasionalisasi dalam memenuhi semua kesenangannya, meskipun tindakan yang dilakukannya salah.

### **3. Berorientasi pada harta**

Seorang hedonis bisa saja memiliki pandangan semu bahwa memiliki barang-barang berteknologi mutakhir dan serba mewah adalah suatu kebanggaan bagi dirinya sendiri.

#### **4. Tidak tahan hidup menderita dan berakhir tidak bahagia**

Kesenangan tentunya akan memudar seiring berjalannya waktu, begitu pula dengan materi yang dimiliki. Pada hakikatnya, hidup juga memberikan kekecewaan dan rasa sakit. Dua hal tersebut berpotensi menumpulkan kepekaan akan emosi yang dirasakan dan berakhir dengan perasaan hampa.

#### **5. Berbahaya bagi kesehatan**

Hal ini dapat terjadi jika jenis kesenangan yang dipilih adalah yang berbahaya bagi kesehatan. Contohnya, seseorang mendapatkan kesenangan dari alkohol, rokok, obat-obatan, atau seks. Jika tidak dibatasi, maka semua hal tersebut tentunya dapat merugikan bagi kesehatan.

Gaya hidup hedonisme sejatinya berasal dari pemikiran yang baik, bahwa hidup memang harus dipenuhi rasa senang agar bisa bahagia dalam menjalani hidup yang lebih bermakna. Jika ingin menerapkan gaya hidup hedonisme, berpeganglah pada prinsip dasar dari pemahaman ini, yaitu untuk mendapatkan kesenangan hidup kuncinya adalah keseimbangan dan kontrol diri.

##### **2.2.4.1 Tinjauan tentang gaya hidup hedonis**

Hedonisme menurut anggapan umum identik dengan hidup enak dan foya-foya tanpa memperdulikan lagi akibat akibatnya, termasuk bencana pada masa depan. Menurut Wikipedia hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. Bagi para penganut paham ini, bersenang-senang, pesta pora dan pelesiran merupakan tujuan utama hidup entah itu menyenangkan bagi orang lain atau tidak.

Perlu diketahui bahwa kehidupan yang dilatari sikap hedone tidak selalu berakhir dengan nahas karena setidaknya orang semacam itu selalu bekerja keras untuk mengejar target. Target dalam hal ini bisa berarti harta, karier, kreativitas, dan apa pun yang dianggapnya berharga. Setidaknya dengan begitu, dia bisa mendapatkan uang untuk kemudian digunakannya membeli barang-barang mewah. Tidak ada salahnya selama dia sanggup dan tidak menyulitkan orang lain. Namun di lain sisi apabila hedonisme tidak dikendalikan akhirnya justru berefek negatif kepada kehidupan finansial pelaku. Karena demi mengejar kesenangan, segalanya akan dikorbankan, termasuk uang, waktu, reputasi, dan bahkan keluarga. Namun demikian tidak semua perilaku hedonisme merupakan hal negatif, hal ini dapat di lihat dampak positif sikap hedonisme diantaranya :

- Menciptakan kebahagiaan dari diri sendiri

Banyak orang mengeluh karena sulit mencari kebahagiaan yang asalnya dari diri sendiri. Mungkin hal seperti itu bisa ditemukan di orang-orang yang menerapkan gaya hidup Hedon sebab mereka bisa dengan mudahnya bahagia dengan mendapatkan apa yang dia inginkan, contohnya seperti berbelanja baju.

- Menggerakkan roda perekonomian

Sikap hedonisme ternyata secara langsung maupun gak langsung bisa berdampak kepada kehidupan banyak orang, salah satunya dengan menggerakkan roda perekonomian. Semakin banyak orang berbelanja suatu kebutuhan atau keinginan tentunya akan meningkatkan ekonomi di suatu wilayah.

#### **2.2.4.2 Ciri-ciri gaya hidup hedonis**

Ciri gaya hidup hedonis adalah kebahagiaan diperoleh dengan mencari perasaan-perasaan menyenangkan dan sedapat mungkin menghindari perasaan yang tidak enak. Adapun karakteristik gaya hidup hedonis di kalangan remaja menurut Raharjo dan Silalahi diantaranya yaitu:

1. Pada umumnya hidup dan tinggal di kota besar
2. Berasal dari kalangan berada dan memiliki banyak uang
3. Secara intens mengikuti perkembangan zaman
4. Umumnya memiliki penampilan yang modis dan trendi

#### **2.2.4.3 Faktor-faktor penyebab terbentuknya gaya hidup hedonis**

Menurut Kotler dan Armstrong gaya hidup seseorang secara garis besarnya dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu ( internal) dan dari suatu individu (eksternal)

##### **a. faktor internal**

Faktor internal yang berarti faktor penyebab terbentuknya gaya hidup hedonis yang berasal dari dalam diri orang tersebut faktor internal yaitu sikap, kepribadian, pengalaman, dan pengamatan konsep diri motif persepsi.

##### **b. faktor eksternal**

Adapun faktor eksternal yang menyebabkan terbentuknya gaya hidup hedonis di kalangan remaja yaitu itu kelompok referensi, keluarga, kelas sosial dan kebudayaan.

### **2.2.5 Mahasiswa**

Mahasiswa merupakan orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademik. Mereka yang terdaftar sebagai murid diperguruan tinggi dapat disebut mahasiswa. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mahasiswa didefinisikan sebagai orang yang belajar di perguruan tinggi.

Menurut Siswoyo mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektual yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak secara cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi (Siswoyo, 2007, h.121)

Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pematapan pendirian hidup.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa ialah seorang peserta didik berusia 18 sampai 25 tahun yang terdaftar dan menjalankan pendidikannya diperguruan tinggi dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas.

## 2.2.6 Presentasi Diri

Menurut Goffman presentasi diri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada. Lebih jauh presentasi diri merupakan upaya individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara meneta perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan.

Dalam proses produksi identitas tersebut ada pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan, mengenai atribut simbol yang hendak digunakan sesuai dan mampu mendukung identitas identitas yang ditampilkan secara menyeluruh. manusia adalah aktor yang berusaha menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui pertunjukan dramanya sendiri. Dalam mencapai tujuannya tersebut manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya tersebut selayaknya pertunjukan drama seorang aktor. Dalam drama kehidupan juga harus mempersiapkan kelengkapan pertunjukan kemudian ketika perangkat dan pemaknaan identitas yang hendak disampaikan itu telah siap maka individu tersebut akan melakukan suatu gambaran diri yang akan diterima oleh orang lain.

Goffman sebagai pengelolaan kesan atau impression management yaitu teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi-situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Goffman kebanyakan atribut milik atau aktivitas manusia digunakan untuk presentasi diri termasuk busana yang kita kenakan, tempat tinggal atau rumah yang dihuni cara kita berjalan dan

berbicara, pekerjaan yang kita lakukan dan cara kita menghabiskan waktu luang kita. Lebih jauh lagi dengan mengelola informasi yang kita berikan kepada orang lain maka kita akan mengendalikan pemaknaan orang lain terhadap diri kita hal itu digunakan untuk memberitahu kepada orang lain mengenai siapa kita. Dalam konsep Dramaturgi Goffman menyebut aktivitas untuk mempengaruhi orang lain itu sebagai pertunjukan atau *performance* yakni presentasi diri yang dilakukan individu pada ungkapan-ungkapan yang tersirat suatu ungkapan yang lebih bersifat teateris kontekstual non-verbal dan tidak bersifat intensional dalam arti orang akan berusaha memahami makna untuk mendapatkan kesan dari berbagai tindakan orang lain baik yang dipancarkan dari mimik wajah isyarat dan kualitas tindakan. Menurut Goffman perilaku orang dalam interaksi sosial selalu melakukan permainan informasi agar orang lain mempunyai kesan yang lebih baik. Kesan non-verbal inilah yang menurut Goffman harus dicek keasliannya Goffman menyatakan bahwa hidup adalah teater, individunya sebagai aktor dan masyarakat adalah penontonnya.

Dalam pelaksanaannya selain panggung di mana ia melakukan kan pementasan peran ia juga memerlukan ruang ganti yang berfungsi untuk mempersiapkan segala sesuatunya ketika individu dihadapkan pada panggung ia akan menggunakan simbol-simbol yang relevan untuk memperkuat identitas karakternya namun ketika individu tersebut telah habis masa pementasannya maka di belakang panggung akan terlihat tampilan seutuhnya dari individu tersebut.

## **2.3 Kerangka Teoritis**

### **2.3.1 Dramaturgi**

Melalui karyanya *The Presentation of Self in Everiday Life* tahun 1959 adalah sebuah teks kunci untuk *Impression Management Theory* (teori pengelolaan kesan), Goffman memperkenalkan metafora tahap kinerja. Hal dominan dalam teori ini, individu adalah aktor-aktor yang berupaya mengendalikan situasi atau adegan serta isi interaksi, dimana mereka berpartisipasi. Para pengamat termasuk teman bicara dipertimbangkan menjadi anggota suatu khalayak. Aktor adalah penanggung jawab untuk memberi petunjuk baik yang dapat dilihat maupun yang tidak di perlihatkan dalam berinteraksi.

Dramaturgi adalah sandiwara kehidupan yang disajikan manusia. Goffman menyebutkan ada dua peran dalam teori ini, yaitu sebagai bagian depan (*front*) dan bagian belakang (*back*). *Front* mencakup *setting*, *personal front*, *expressive equipment* (peralatan unuk mengekspresikan diri). Sedangkan bagian belakang adalah *the self* yaitu semua bagian yang tersembunyi untuk melengkapi keberhasilan *acting* atau penampilan diri yang ada pada *front*. Berbicara mengenai dramaturgi Erving Goffman, kita tidak boleh luput melihat George Herbert Mead dengan konsep *the self*, yang sangat memengaruhi teori Goffman. Dengan mengambil konsep mengenai kesadaran diri dan *the self mead*, Goffman kembali memunculkan teoryperan sebagai dasar teori Dramaturgi. Goffman mengambil pengandaian kehidupan individu sebagai panggung sandiwara, lengkap dengan setting panggung dan acting individu sebagai aktor kehidupan. Mead menegaskan bahwa *the self* merupakan makhluk hidup yang dapat melakukan tindakan, bukan sesuatu yang pasif yang semata-mata hanya menerima dan merespon suatu stimulus. Secara hakiki pandangan Mead merupakan isu sentral bagi interaksional simbolik. Dramaturgi sendiri merupakan sumbangan Goffman bagi perluasan teori interaksional simbolik.

Dramaturgi memahami bahwa dalam interaksi antar manusia ada kesepakatan perilaku yang disetujui yang dapat mengantarkan kepada tujuan akhir dari maksud interaksi sosial tersebut. Bukti nyata bahwa terjadi permainan peran dalam kehidupan manusia dapat dilihat pada masyarakat kita sendiri manusia menciptakan sebuah mekanisme tersendiri, bagaimana dengan permainan peran tersebut ia bisa tampil sebagai sosok-sosok tertentu. Hal ini sama seperti yang terlihat pada kasus kekuasaan politik, dimana penguasa-penguasa yang melakukan penyimpangan ini mereka menjalankan perannya di lingkungan mereka. mereka berusaha mengontrol diri seperti penampilan, keadaan fisik, perilaku aktual, dan gerak saat berkuasa agar kekuasaan yang ia miliki seolah-olah terbungkus bagus di mata lingkungan mereka. Karena mereka tahu bahwa jika menjadi seorang pengusaha politik namun berperilaku buruk serta dikendalikan adalah aib bagi dirinya.

Teori Dramaturgi menjelaskan bahwa identitas manusia adalah tidak stabil dan setiap identitas tersebut merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri. identitas manusia bisa saja berubah-ubah tergantung interaksi dengan orang lain. Aktor membawakan naskah dalam bahasa atau simbol-simbol dan perilaku untuk menghasilkan arti-arti dan tindakan-tindakan sosial dalam konteks sosiokultural yang menginterpretasikan naskah tersebut dengan pengetahuan mereka tentang aturan-aturan budaya atau simbol-simbol signifikan. Dalam dramaturgi interaksi sosial dimaknai sama dengan pertunjukan teater. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui pertunjukan drama nya sendiri.

### **2.3.1.1 Manajemen kesan**

Pada umumnya pengelolaan kesan mengarah kepada kehati-hatian terhadap serentetan tindakan yang tak diharapkan, seperti gerak isyarat yang tidak diharapkan, gangguan yang tidak menguntungkan, kesalahan berbicara ataupun tindakan yang tidak diharapkan dan seperti membuat adegan keterlibatan dalam tim kecil yang kemungkinan pertikaiannya kecil, hanya membuat penampilan singkat mencegah penonton mendapatkan informasi pribadi dan menyusun agenda lengkap untuk mencegah kejadian tak terduga.

Audiensi juga perlu menjadi bahan pertimbangan oleh aktor atau tim aktor dalam mengelola kesan yang berhasil. penonton sering bertindak membantu pertunjukan melalui muslihat seperti memberikan perhatian besar terhadap pertunjukan, menghindari ledakan emosional, tidak menghiraukan kekeliruan, dan memberikan perhatian khusus terhadap aktor pendatang baru.

Peneliti menggunakan kajian Presentasi diri untuk mengurangi bagaimana proyeksi kesan mahasiswa hedonis dalam menampilkan dirinya pada lingkungan tempat ia berinteraksi dan lingkungan kampusnya sebagai mahasiswa. Dalam proses presentasi diri biasanya individu akan melakukan pengelolaan kesan. Pada saat ini, individu melakukan suatu proses dimana dia akan menseleksi dan mengontrol perilaku mereka sesuai dengan situasi dimana perilaku itu dihadirkan serta memproyeksikan pada orang lain suatu image yang diinginkannya. Manusia melakukan hal tersebut, karena ingin orang lain menyukainya, ingin mempengaruhi mereka, ingin memperbaiki posisi, memelihara status dan sebagainya.

Impression Management atau pengelolaan kesan tidak secara jelas berfokus pada teori namun sebuah bentukan yang mempresentasikan suatu presentasi dan

pengelolaan identitas sosial selama berlangsungnya proses interaksi. Pengelolaan kesan mengacu pada citra yang ditampilkan oleh seorang individu selama proses interaksi. “Pengelolaan kesan juga diartikan sebagai keinginan untuk membangun citra diri atau kesan yang positif terhadap orang lain, sehingga kita selalu berusaha tampil baik dalam pertemuan kita yang pertama dengan seseorang” (Baron dan Byrne, 2004)

Teori impression management menyatakan bahwa setiap individu atau organisasi harus menetapkan dan memelihara kesan yang kongruen dengan persepsi yang ingin mereka sampaikan kepada publik. Dari kedua sudut pandang komunikasi dan public relations, teori impression management meliputi cara dimana orang menetapkan dan mengkomunikasikan kesesuaian antara tujuan pribadi atau organisasi dan tindakan mereka yang dimaksudkan untuk menciptakan persepsi publik.

Menurut Goffman yang dikutip oleh Mulyana (2006) presentasi diri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu yang bertujuan untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada.

Goffman pertama kali memperkenalkan konsep impression management sebagai “*The Presentation of Self in Everyday Life*”. Menurut Goffman, impression management adalah proses dimana orang dalam sebuah situasi sosial dapat manage secara verbal dan non verbal, penampilan baju, kata-kata dan gesture untuk memperkuat kesan mereka di hadapan orang lain. Menurutnya, pesan itu dapat berupa

kata-kata, tindakan, gaya berpakaian, dan cara-cara lain yang dapat menggambarkan dan membentuk persepsi orang lain terhadap diri kita (Mulyana, 2003).

Goffman berpendapat bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri atau presentasi diri yang akan diterima oleh orang lain. Pengelolaan kesan dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu:

1) Pengelolaan Kesan Melalui Bahasa Verbal

Pengelolaan kesan melalui bahasa verbal merupakan pengelolaan kesan melalui kata-kata atau bahasa. Hal ini merujuk kepada kata-kata atau bahasa yang digunakan seseorang dalam memupuk kesan-kesan pada dirinya

2) Pengelolaan Kesan Melalui Pesan Non-verbal

Pengelolaan kesan melalui pesan non-verbal merupakan bagaimana kesan yang dibentuk seseorang dengan menggunakan bahasa tubuh atau isyarat. Manusia adalah aktor yang berusaha menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui pertunjukan teaternya sendiri.

Peneliti menggunakan kajian presentasi diri untuk mengetahui bagaimana proyeksi kehidupan mahasiswa hedonis di kampus Fisip Unpas.

### **2.3.2 Wilayah Pertunjukan**

Goffman melihat ada perbedaan akting yang besar saat aktor berada di atas panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) drama kehidupan. Kondisi akting di panggung depan adalah adanya penonton yang melihat kita dan kita

sedang berada dalam bagian pertunjukan. saat itu kita berusaha memainkan peran sebaik-baiknya agar penonton memahami tujuan dari perilaku kita. perilaku kita dibatasi oleh konsep-konsep drama yang bertujuan membuat drama yang berhasil. Sedangkan di panggung belakang adalah keadaan dimana kita berada di belakang panggung dengan kondisi tidak ada penonton, sehingga kita dapat berperilaku bebas tanpa memperdulikan plot perilaku bagaimana yang harus kita bawakan.

Lebih jauh untuk memahami konsep dramaturgi analogi *front liner* hotel adalah sebagai contoh. Seorang *frontliner* hotel senantiasa berpakaian rapi menyambut tamu hotel dengan ramah santun bersikap formal dengan perkataan yang diatur. tetapi saat istirahat siang sang *frontliner* bisa bersikap lebih santai, bersenda gurau menggunakan bahasa gaul dengan temannya atau melakukan sikap tidak formal lainnya merokok dan sebagainya. Saat *front liner* menyambut tamu hotel merupakan satu *front stage* baginya. Tanggung jawabnya adalah menyambut tamu hotel, memberi kesan baik hotel kepada tamu tersebut. Oleh karenanya nya perilaku *front liner* merupakan perilaku yang sudah digariskan skenarionya oleh pihak manajemen hotel. Saat istirahat makan siang *front liner* bebas untuk mempersiapkan dirinya nya menuju babak kedua dari pertunjukan tersebut. Karenanya skenario yang disiapkan oleh manajemen hotel adalah bagaimana *front liner* tersebut dapat *refresh* untuk dapat menjalankan perannya di babak selanjutnya. Akan sangat beresiko jika *front liner* tersebut tertangkap basah sedang merokok oleh tamu walaupun *front liner* tersebut berada di ruangan istirahat karena akan menimbulkan kesan negatif dari tamu. Oleh karena itu ada suatu resiko yang besar ketika panggung belakang atau *private* dari seorang individu bisa diketahui orang lain. Mengingat hal ini panggung tersebut

bersifat rahasia, maka maka hal yang wajar bagi setiap individu untuk menutup panggung *private* tersebut dengan tampilan luar yang memukau.

Menurut pandangan Goffman adanya pembagian dalam pertunjukan teater tersebut dalam bermain peran pada ruang identitas yang sedang berinteraksi antara lain :

### **1. Panggung Depan (*Front stage*)**

Merujuk kepada peristiwa sosial yang menunjukkan bahwa individu bergaya atau menunjukkan peran formalnya mereka sedang memainkan perannya di atas panggung sandiwara di depan khalayak penonton. Sebaliknya wilayah belakang merujuk pada tempat dan peristiwa yang memungkinkan mempersiapkan perannya di wilayah depan. Wilayah depan ibarat panggung sandiwara bagian depan yang ditonton khalayak penonton. Panggung depan bagian pertunjukan yang berfungsi mendefinisikan suatu penyaksi pertunjukan. Goffman membagi panggung depan ini menjadi dua bagian : front pribadi atau *personal front* dan *setting front* pribadi terdiri dari alat-alat yang dianggap khalayak sebagai perlengkapan yang dibawa aktor ke dalam setting misalnya dokter diharapkan mengenakan jas dokter dengan stetoskop menggantung di lehernya. *Personal front* mencakup bahasa verbal dan bahasa tubuh sang aktor. misalnya berbicara sopan, pengucapan istilah-istilah asing, intonasi, postur tubuh, ekspresi wajah, pakaian, penampakan usia dan sebagainya.

Ciri yang relatif tetap seperti ciri fisik termasuk ras dan usia biasanya sulit disembunyikan atau di ubah namun sang aktor sering memanipulasinya dengan menekankan atau melembutkannya misalnya menghitamkan kembali rambut yang beruban dengan cat rambut. Setting merupakan situasi fisik yang harus ada ketika

akan melakukan pertunjukan, misalnya dokter bedah memerlukan ruang operasi, seorang supir taksi memerlukan kendaraan. *Front personal* terbagi dua, yaitu penampilan berbagai jenis barang yang mengenalkan status sosial aktor dan gaya mengenalkan peran macam apa yang dimainkan aktor dalam situasi tertentu.

Fokus perhatian Goffman bukan hanya individu tetapi juga kelompok atau tim. Selain membawakan peran dan karakter secara individu aktor-aktor sosial juga berusaha mengelola kesan orang lain terhadap kelompoknya baik itu keluarga, tempat bekerja, partai politik atau organisasi lain yang mereka wakili. Semua anggota itu oleh Goffman disebut tim pertunjukan atau *performance team* yang mendramatisasikan suatu aktivitas. Kerjasama tim sering dilakukan oleh para anggota dalam menciptakan dan menjaga penampilan di wilayah depan. Mereka harus mempersiapkan perlengkapan pertunjukan dengan matang dan jalannya pertunjukan memilih pemain inti yang layak melakukan pertunjukan secermat dan seefisien mungkin, dan kalau perlu juga memilih hal layak yang sesuai. Setiap anggota saling mendukung dan bila perlu memberi arahan lewat isyarat non-verbal, seperti isyarat dengan tangan atau isyarat mata agar pertunjukan berjalan mulus.

Menetapkan bahwa pertunjukan yang dibawakan suatu tim sangat bergantung pada kesetiaan setiap anggotanya. setiap anggota tim memegang rahasia tersembunyi bagi halayak yang memungkinkan kewibawaan tim tetap terjaga. Dalam kerangka yang lebih luas, sebenarnya khalayak juga dapat dianggap sebagai bagian dari tim pertunjukan. Artinya agar pertunjukan sukses khalayak juga harus berpartisipasi untuk menjaga agar pertunjukan secara keseluruhan berjalan lancar.

## **2. Panggung Tengah (*Middle Stage*)**

Merupakan sebuah panggung lain diluar panggung resmi saat sang aktor mengkomunikasikan presentasi diri, yakni panggung depan atau *front stage* saat mereka beraksi di depan khalayak tetapi juga diluar panggung belakang atau *back stage* saat mereka mempersiapkan pesan-pesannya.

Panggung tengah merupakan area transisi panggung belakang ke panggung depan, seluruh aktor dramaturgi dalam panggung ini akan melakukan sebuah persiapan yang dapat mendukung penampilannya ketika berada di panggung depan, yaitu seperti mempersiapkan make up, pakaian, aksesoris yang akan dipergunakan ketika berada di panggung depan. Panggung tengah juga merupakan tempat dimana sesama mahasiswa hedonis melakukan suatu diskusi atau pembicaraan baik itu bercerita tentang pengalaman mereka, cerita tentang cara mereka menjalani kehidupan saat bersenang-senang ataupun berbagi tips sesama mahasiswa hedonis saat berhadapan dengan aktivitas yang mereka sukai ataupun yang lainnya dan tidak lupa panggung ini biasanya sudah mempersiapkan sebuah setting atau sebuah sandiwara yang akan dipertunjukkan kepada penonton seperti pada saat mahasiswa hedonis tersebut menceritakan pengalamannya ataupun bercerita bahwa dia merasa senang dan betah, itu semua belum tentu ungkapan yang sebenarnya layaknya seorang aktor yang siap membuat penonton menjadi kagum iba ataupun merasa iri.

## **3. Panggung Belakang (*Back stage*)**

Panggung belakang ibarat panggung sandiwara bagian belakang atau *back stage* atau tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri, atau berlatih

untuk memainkan perannya di panggung depan. *Back stage* atau panggung belakang adalah ruang di mana disitulah berjalan skenario pertunjukan oleh tim yang mengatur pementasan masing-masing aktor. Dalam dramaturgi terdiri dari *front stage* atau panggung depan dan *back stage* atau panggung belakang .

Goffman mendalami dramaturgi dari segi sosiologi. Beliau menggali segala macam perilaku interaksi yang kita lakukan dalam pertunjukan kehidupan kita sehari-hari yang menampilkan diri kita sendiri dalam cara yang sama dengan seorang aktor, menampilkan karakter orang lain dalam sebuah pertunjukan drama. cara yang sama ini mengacu kepada kesamaan yang berarti ada pertunjukan yang ditampilkan. Goffman mengacu pada pertunjukan sosiologi yaitu pertunjukan yang terjadi di masyarakat untuk memberi kesan yang baik untuk mencapai tujuan. Tujuan dari presentasi diri dari Goffman ini adalah penerimaan penonton akan manipulasi, bila seorang aktor berhasil maka penonton akan melihat aktor sesuai sudut yang memang ingin diperlihatkan oleh aktor tersebut. Aktor akan semakin mudah untuk membawa penonton untuk mencapai tujuan dari pertunjukan tersebut. ini dapat dikatakan sebagai bentuk lain dari komunikasi. Karena komunikasi sebenarnya adalah alat untuk mencapai tujuan. Bila dalam komunikasi konvensional manusia berbicara cara tentang bagaimana memaksimalkan Indra verbal dan non-verbal untuk mencapai tujuan akhir komunikasi, agar orang-orang lain mengikuti kemauan kita. Maka dalam dramaturgi yang diperhitungkan adalah konsep menyeluruh bagaimana kita menghayati peran sehingga dapat memberikan *feedback* sesuai yang kita mau. Perlu diingat 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.

## **2.4 Kerangka Pemikiran**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori Dramaturgi karena teori ini relevan dengan penelitian yang peneliti ambil. Seperti yang sudah dijelaskan di atas peneliti ingin menjelaskan akan peran mahasiswa hedonis di lingkungan nya dilihat dari panggung depan dan panggung belakang para mahasiswa tersebut. Bagaimana individu itu sendiri dikaji melalui konsep dramaturgi mengenai presentasi diri untuk mengetahui bagaimana memaknai seorang mahasiswa selayaknya panggung sandiwara.

Teori dramaturgi menjelaskan bahwa identitas mahasiswa tersebut bisa saja berubah-ubah tergantung interaksinya dengan orang lain. Aktor membawakan naskah dalam bahasa atau simbol-simbol dan perilaku untuk menghasilkan arti-arti dan tindakan-tindakan sosial dalam konteks sosio-kultural orang lain yang menginterpretasikan naskah tersebut dengan pengetahuan mereka tentang aturan-aturan budaya atau simbol-simbol signifikan. Disinilah dramaturgi masuk bagaimana kita menguasai interaksi tersebut.

