

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Model menjadi suatu pekerjaan yang berkembang pesat di jaman sekarang. Pekerjaan yang nyaman dan waktu yang fleksibel membuat para pekerja memilih profesi ini sebagai pekerjaan untuk meluangkan sebagian waktunya. Menjadi model sudah menjadi salah satu pekerjaan *part time* populer apalagi di kalangan mahasiswa. Dunia modeling dan *fashion* mulai populer pada tahun 90-an yang dimana jumlah perancang dan pengusaha mode semakin banyak. Banyak dari mereka yang akhirnya memutuskan untuk membentuk wadah asosiasi atau perkumpulan agar usahanya lebih berkembang.

Model dapat didefinisikan sebagai seseorang yang dipekerjakan untuk menampilkan atau mempresentasikan rancangan busana (*haute couture* maupun *ready to wear*), aksesoris, *fashion*, tas, sepatu dan produk desain *fashion* lainnya dengan tujuan untuk iklan atau promosi kepada konsumen. Dalam sebuah *fashion show*, model juga kerap dianggap sebagai elemen penting yang memberikan jiwa dan keindahan pada sebuah baju yang hendak ditampilkan. Sehingga karakter model pun harus dipilih dan disesuaikan dengan baju yang akan dibawakannya di panggung *runaway*. Model juga bukan hanya sekedar memamerkan baju dan berjalan di *fashion show*, tapi lebih dari itu, seorang model juga harus bisa menjadi pemeran yang hebat agar panggung jadi lebih hidup dan tidak monoton. Dalam hal ini kemampuan akting seorang model sangatlah diperlukan.

Dalam melakukan tugasnya, seorang model mempresentasikan dirinya

agar dilihat orang sesuai dengan apa yang diinginkan serta dapat membentuk kesan yang baik. Banyak model menunjukkan kehidupan dirinya di panggung depan yang tidak sepenuhnya sama dengan kehidupan dirinya di panggung belakang, terkadang mereka hanya ingin membentuk kesan positif terhadap apa yang ditampilkannya selama ini.

Fay Models Agency adalah sebuah wadah model khusus para model yang belum berpengalaman maupun yang sudah berpengalaman didunia *modeling* yang akan diasah kembali menjadi model profesional dan bisa meraih mimpi – mimpi mereka di kancah nasional maupun internasional. *Fay Models Agency* berdiri sejak 8 Juni 2022, berawal dari komunitas, dan beralih menjadi badan *management* model. *Fay Models Agency* telah berkembang menjadi salah satu wadah model di Bandung untuk menyalurkan bakat.

Fay Models Agency, memiliki 24 member aktif, dan tenaga ahli yang berpengalaman di bidangnya. Membuat *Fay Model Agency* menjadi *management modeling* yang memiliki kualitas tidak kalah dengan *management modeling* profesional lainnya. Tujuan *Fay Models Agency* adalah ingin menjadi mitra kerja bagi para produsen *fashion, designer, butik, brand lokal*, media cetak dalam mempromosikan produknya, ataupun media lain nya secara profesional.

Kata “*Fay*” sendiri memiliki arti inovatif, cerdas, bebas, atau tidak dibuat-buat. *Fay Models* juga memiliki visi “Menjadi *Agency Model* Indonesia yang profesional” serta misi “Menghasilkan model – model yang berkualitas dan profesional. Menjadi Mitra Kerja bagi para produsen *fashion, designer, butik, media* dan *corporasi* yang Profesional” dimana harapan *founder* bahwa seluruh

model akan menjadi seseorang yang bebas, cerdas dan berinovatif.

Presentasi diri yang dilakukan anggota *Fay Models Agency* membuat orang berpendapat bahwa apa yang ditampilkan di panggung depan itulah keadaan dirinya yang sebenarnya di panggung belakang. Tetapi justru memiliki perbedaan ketika mereka berada di belakang panggung, dan apa yang dipikirkan oleh orang-orang tersebut tidak benar, karena orang-orang hanya mengetahui panggung depannya saja dari para model yang sedang melakukan *fashion show*, dengan membentuk kesan agar terlihat baik merupakan suatu kepuasan tersendiri bagi mereka yang melakukannya. Biasanya orang yang melakukan sandiwara akan bersikap profesional untuk menampilkan perannya di depan panggung yang dilihat oleh para khalayak penonton, banyak dari mereka hanya ingin untuk pembentukan kesan yang baik atas dirinya terhadap orang-orang yang melihat dirinya yang menampilkan peran sebagai seorang model.

Dari presentasi diri yang dilakukan oleh para model ini bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan harga diri mereka, diakui oleh khalayak, agar orang berpikir bahwa seorang model memiliki jiwa yang elegan dan mewah agar dipersepsi orang lain sebagai orang yang profesional dalam menjalankan tugasnya. Di panggung depan juga para model akan dibantu dengan pakaian yang mereka gunakan dalam melakukan tugasnya.

Sedangkan di panggung belakang, mereka melakukan aktifitas mereka dengan keadaan yang nyata tanpa bersandiwara, tanpa harus menggunakan baju yang mencolok serta atribut-atribut lainnya untuk menampilkan suatu peran seperti di panggung depan, dari bahasa yang digunakan pun akan berbeda dengan

di panggung depan, berbicara dengan bahasa kasar pun tak masalah jika mereka berada di panggung belakang karena tidak harus menjaga penampilan serta ucapan seperti di panggung depan.

Menurut Goffman, kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi “wilayah depan” (*front region*) dan “wilayah belakang” (*back region*). Wilayah depan ibarat panggung sandiwara bagian depan (*front stage*) yang ditonton khalayak penonton, sedangkan wilayah belakang ibarat panggung sandiwara bagian belakang (*back stage*) atau kamar rias tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan (Mulyana, 2008:114).

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

Back stage (Panggung Belakang) Panggung belakang merupakan wilayah yang berbatasan dengan panggung depan, tetapi tersembunyi dari pandangan khalayak. Ini dimaksudkan untuk melindungi rahasia pertunjukkan, dan oleh karena itu khalayak biasanya tidak diizinkan memasuki panggung belakang, kecuali dalam keadaan darurat. Di panggung inilah individu akan tampil “seutuhnya” dalam arti identitas aslinya (Mulyana, 2008:115).

Melihat hal diatas para model tentu menampilkan jati diri mereka dengan bantuan komunikasi yang baik, skill komunikasi akan membantu seseorang dalam menunjukan jati dirinya kepada orang lain atau antar individu. Komunikasi antar individu atau komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih, yang biasanya tidak diatur secara formal. Komunikasi interpersonal juga merupakan sebuah proses komunikasi antara komunikan dan komunikator yang ditandai dengan terwujudnya saling pengertian, kesenangan, saling mempengaruhi, hubungan sosial yang baik, juga adanya tindakan nyata sebagai umpan-balik. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang melibatkan dua orang atau lebih. Setiap pihak dapat menjadi pemberi dan pengirim pesan sekaligus pada waktu yang bersamaan.

Setiap individu memiliki cara penyampaian komunikasi yang beragam didalam kehidupan bermasyarakat dan bersosial antar masing-masing individu. Sebagai makhluk sosial, manusia merupakan bagian dari sistem sosial masyarakat, yang saling berinteraksi antara satu dengan lainnya sebagai anggota masyarakat. Para model merupakan bagian dari makhluk sosial yang juga membutuhkan komunikasi dalam kehidupannya. Baik dalam lingkungan kerja sebagai seorang model maupun lingkungan tempat ia menjadi dirinya sendiri. Komunikasi digunakan sebagai bentuk untuk penyampaian informasi atau pesan dan pengertian dari seseorang kepada orang lain.

Di sini penulis akan meneliti tentang Dramaturgi kehidupan seorang model. Dalam kata lain, seorang model ketika dia berada di lapangan pekerjaannya, ada peran simbol, identitas dan presentasi diri yang berlainan antara

kondisi yang satu dengan yang lainnya. Di satu sisi ia harus memerankan sebagai seorang model atau dapat dikatakan panggung depan (*front stage*). Namun ketika ia sedang menjadi dirinya sendiri ia berada di panggung belakang (*back stage*) maka presentasi diri yang ia bawa akan berbeda dengan ketika ia sedang di lapangan pekerjaannya. Kedua panggung tersebut ini juga dikenal dengan istilah dramaturgi, di mana seseorang memainkan dua peran dalam dua kondisi yang berbeda yaitu *front stage* dan *back stage*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai kehidupan member *Fay Models* yang bekerja sebagai model dengan menggunakan kajian dramaturgi, sehingga mengambil judul: **Dramaturgi Member Agensi *Fay Models* “Studi Dramaturgi Mengenai Member Agensi *Fay Models* di Kota Bandung”**

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Fokus penelitian yaitu hal yang menjadi perhatian utama dalam suatu penelitian. Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang diteliti, fokus penelitian ini yaitu: **Bagaimana Dramaturgi Member Agensi *Fay Models***

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan dalam latar belakang diatas, maka peneliti mengajukan pertanyaan yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana panggung depan (*Front Stage*) Member *Fay Models Agency* di Kota Bandung?
2. Bagaimana panggung belakang (*Back Stage*) Member *Agency Fay Models* di Kota Bandung ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk menjawab semua pertanyaan yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang harus dicari gambarannya dan tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui panggung depan (*Front Stage*) Member *Agency Fay Models* di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui panggung belakang (*Back Stage*) Member *Agency Fay Models* di Kota Bandung

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta nilai guna bagi perkembangan ilmu pada umumnya dalam bidang Ilmu Komunikasi serta menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya berkaitan dengan pola komunikasi kelompok. Maka kegunaan penelitian ini terbagi menjadi tiga golongan, yaitu kegunaan teoritis, kegunaan akademis dan kegunaan praktis.

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah variasi bahan kajian tentang presentasi diri, serta memberikan kontribusi bagi peneliti lain yang mengambil objek serupa.
2. Dengan selesainya penelitian ini maka sangat berguna bagi perkembangan program Studi Ilmu Komunikasi dalam penelitian presentasi diri anggota *Fay Models Agency* dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.
3. Menjadi bahan masukan, informasi, referensi dan melengkapi bahan kepustakaan bagi pihak yang membutuhkan, khususnya akademik dan praktisi.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi peneliti dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap hasil dari penelitian memberikan penjelasan mengenai presentasi diri anggota *Agency Fay Models*, serta memberikan pemahaman tentang faktor yang mempengaruhinya.
2. Bagi pembaca, penelitian ini bisa memberikan informasi tertulis ataupun sebagai referensi studi tentang pembahasan mengenai presentasi diri dan komunikasi interpersonal dalam sebuah dramaturgi.