

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini, peneliti menemukan sejumlah penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh mahasiswa dari berbagai institusi di Indonesia, yang mengarahkan mereka menemukan sejumlah kesamaan penelitian. Kajian ini terdiri dari:

1. Skripsi yang di tulis oleh Loretta Indrianti Tumbelaka mahasiswa Universitas PROF.DR.MOESTOPO (Beragama) dengan judul “Dramaturgi Dalam Membentuk Citra Melalui Media Sosial (Twitter) Studi Kasus pada pengguna twitter kalangan dewasa muda pada tahun 2014 dengan teori Dramaturgi Erving Goffman dengan metode deskriptif kualitatif dengan hasil penelitiannya seorang pengguna twiter memulai dengan Front stage, pemilihan avatar yang ia anggap cocok untuk mewakili kepribadiannya atau foto terbaru yang menarik perhatian serta menggunakan banyak bahasa asing untuk mendeskripsikan diri mereka.

Adapun persamaan yang ditemukan dari penelitian ini dengan penelitian yang sedang disusun oleh penulis ialah, Dramaturgi ervingg Goffman. Dimana penelitian ini melihat sisi front stage dan back stage teks, dan isi pengguna dalam media sosial twitter. Dan penulis melihat front stage dan back stage dalam media facebook. Sedangkan, perbedaan penelitian sebelumnya dan peneliti yang sedang disusun oleh penulis ialah, pemilihan media sosial. Penelitian sebelumnya memilih twitter sebagai

objek untuk melakukan penelitian. Sedangkan penulis menggunakan facebook sebagai sarana penelitian.

2. Skripsi yang di tulis oleh Nur Aeni mahasiswi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dengan judul “Impression Management Profesi Dragqueen di Diskotik Cahaya Bulan” pada tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seorang pekerja dragqueen laki-laki yang menjadikan panggung depan sebagai seorang perempuan di lingkungan kerja . Namun di panggung belakang saat sedang berada dilingkungan rumah dan bersama keluarganya, ia menjadi seorang laki-laki.

Adapun persamaan yang ditemukan dalam peneliti sebelumnya dengan penelitian yang sedang di tulis penulis yaitu, menggunakan teori Dramaturgi. Dimana, penelitian sebelumnya ingin melihat panggung depan dan belakang seorang Drag Quenn yang bekerja di moonlight diskotik sebagai upaya pengelolaan kesan sedangkan penulis ingin melihat panggung depan dan belakang pengelolaan kesan yang dibangun oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi.Sedangkan perbedaan yang ditemukan dalam penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang ditulis peneliti yaitu, peneliti sebelumnya menggunakan metode deskriptif sedangkan penulis menggunakan metode dramaturgi.

2.2 Komunikasi

Kata kerja Latin “*communicare*,” yang berarti “menginformasikan, menyampaikan,” adalah asal kata “komunikasi” mendapatkan etimologinya. Berkomunikasi adalah memberi tahu, berkomunikasi, berpartisipasi, bertukar. *Communio* adalah istilah yang mengacu pada hal-hal yang dibagi, hal-hal yang harus dimiliki bersama, persahabatan, kombinasi, kesatuan, hidup bersama, dan partisipasi (Bouk, 2013: 2).

Dalam artikelnya (Sari, 2018: 2), Rogers dan D. Lawrence Kincaid menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses dimana dua individu atau lebih mengembangkan atau mengkomunikasikan pengetahuan satu sama lain, yang pada akhirnya menghasilkan saling pengertian yang mendalam. Sedangkan komunikasi adalah suatu jenis hubungan antar manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, baik disengaja maupun tidak disengaja, menurut Shannon dan Weaver dalam jurnal Sari (2018: 3). Bukan hanya dari segi bahasa lisan, tapi juga dari segi seni lukis, seni, ekspresi wajah, dan teknologi.

Menurut buku Harold Lasswell, *The Structure and Function of Communication in Society*, menanggapi pertanyaan berikut dapat membantu memperjelas komunikasi: Siapa Mengatakan Apa Kepada Siapa Melalui Saluran Apa Dan Dengan Dampak Apa? Menanggapi pertanyaan yang diajukan, komunikasi terdiri dari lima aspek berikut, seperti yang digambarkan oleh paradigma Lasswell di atas:

1. Siapa yang menyatakan (Pembicara)
2. Kepada siapa informasi tersebut harus diteruskan (Komunikan)
3. Pernyataan (pesan)
4. Media apa yang akan digunakan atau saluran mana yang akan digunakan
5. Dampak yang terjadi (Dampak)

Menurut paradigma Lasswell, komunikasi adalah proses dimana seorang komunikator menggunakan media untuk menyampaikan pesan kepada komunikan, sehingga menghasilkan hasil tertentu.

Dengan demikian, jelas dari uraian di atas bahwa komunikasi melibatkan lebih dari sekedar pemberian informasi atau sekedar mengungkapkan. Namun komunikasi juga bertujuan untuk membujuk seseorang atau sekelompok individu agar melakukan sesuatu atau melakukan tindakan yang dikehendaki oleh komunikator. Dalam hal ini, mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Katolik Widya Mandira Kupang berperan sebagai komunikator dengan merencanakan dan melaksanakan dramaturgi untuk setiap gambar yang mereka bagikan di Facebook. Ini adalah contoh bagaimana komunikasi digunakan untuk mempengaruhi orang lain.

2.2.1 Proses Komunikasi dan Tujuan Komunikasi

Proses komunikasi menurut Azhar (2020:12) dibagi menjadi tahapan primer dan sekunder, yaitu sebagai berikut:

- 1) Metode utama komunikasi Teknik penggunaan simbol-simbol untuk mengungkapkan pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain

merupakan metode komunikasi yang utama. Bahasa, tanda, gambar, warna, dan unsur-unsur lain yang secara langsung dapat “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan merupakan contoh simbol sebagai media kunci dalam proses komunikasi. Karena bahasa adalah satu-satunya media yang dapat “menerjemahkan” pikiran seseorang ke orang lain, maka masuk akal bahwa bahasa adalah yang paling umum digunakan dalam komunikasi. Apakah itu opini atau informasi, berkenaan dengan subyek konkrit dan abstrak, dan bukan hanya obyek atau peristiwa yang sedang terjadi saat ini, melainkan juga yang terjadi pada masa lampau dan yang akan datang.

- 2) Proses berkomunikasi dengan orang lain dengan menggunakan alat atau cara lain setelah terlebih dahulu menggunakan simbol-simbol sebagai media primernya disebut komunikasi sekunder. Ketika berkomunikasi dengan orang dalam jumlah besar yang letaknya cukup jauh, seorang komunikator akan menggunakan media kedua. Media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi antara lain surat, telepon, koran, majalah, radio, televisi, film, dan masih banyak lagi. Secara umum, seperti yang telah dikatakan sebelumnya, media kedua adalah apa yang kita sebut sebagai media komunikasi ketika kita berbicara dengan masyarakat.

Setiap orang percaya bahwa ketika mereka berkomunikasi maka maksud atau tujuan mereka akan dipahami. Secara umum, berinteraksi dengan seseorang memerlukan antisipasi tanggapannya. yang kita ajak bicara dan mereka dapat

menerima semua sinyal yang kita kirimkan, sehingga menimbulkan konsekuensi setelah percakapan tersebut.

Menurut Gordon dalam buku Hariyanto (2021: 43), tujuan komunikasi adalah tercapainya kualitas seluruh komunikasi, termasuk “motivasi” dan setiap tindakan, asalkan melibatkan manusia. Tujuan utama komunikasi adalah untuk membujuk, memperoleh empati, mengirimkan data, menarik perhatian, dan sebagainya. Meskipun demikian, tujuan komunikasi secara umum dapat dibagi menjadi:

1. Memodifikasi Sikap (*Attitude Modification*)
2. Memodifikasi Keyakinan (Pergeseran Pandangan)
3. Memodifikasi Perilaku (*Behavior Modification*)

Selain tujuan tersebut di atas, komunikasi dapat dimanfaatkan untuk mendorong interaksi antar komunikator, misalnya:

1. Memperlancar penyampaian gagasan sehingga orang yang berkomunikasi dapat lebih mudah memahaminya.
2. Kenali individu lain
3. Mendorong orang lain untuk mengambil tindakan

Singkatnya, tujuan komunikasi adalah untuk mengantisipasi pemahaman, dukungan, ide, dan tindakan. Mengingat ciri-ciri masing-masing komunikator, niscaya ada tujuan dari setiap komunikasi.

2.2.2 Komunikasi Bermedia

Komunikasi yang menggunakan saluran atau cara lain untuk mengirimkan pesan kepada sejumlah besar komunikan yang berjauhan disebut komunikasi

termediasi. Komunikasi media massa merupakan salah satu jenis komunikasi melalui media. Ungkapan “media massa” dan “komunikasi massa” terkadang digunakan secara bergantian. Sebenarnya menurut Sikumbang (2014:5), kedua frasa tersebut merupakan akronim dari “media komunikasi massa” (*Media Of Mass Communication*).

Komunikasi yang ditujukan untuk khalayak luas atau masyarakat umum disebut dengan komunikasi massa. Berbagai media dapat digunakan sebagai jalur komunikasi massa. Berbagai macam media digunakan, termasuk media cetak, audio, visual, audiovisual, dan luar ruang. Dari sudut pandang linguistik, komunikasi massa adalah tindakan berkomunikasi dengan atau menggunakan media massa untuk menyebarkan pesan. Komunikasi massa merupakan sebuah kata yang merupakan kependekan dari komunikasi di media arus utama. Media komunikasi massa merupakan nama lain dari media massa. Diakses 8 Oktober 2023 dari <https://uici.ac.id/definiti-komunikasi-massa-dan-histori-perkembangannya/>.

Dengan demikian, komunikasi media adalah segala bentuk komunikasi yang mengirimkan pesan kepada sejumlah besar komunikan yang jauh melalui saluran atau cara lain..

2.3 Media Sosial

Struktur sosial yang dikenal sebagai media sosial, atau jaringan sosial, terdiri dari simpul-simpul, yang biasanya berupa orang atau organisasi, yang dihubungkan oleh satu atau lebih jenis hubungan tertentu, termasuk hubungan

yang didasarkan pada keyakinan politik, bakat, minat, teman, keluarga, nilai, visi, dan gagasan (Agung, 2011:2). Berdasarkan komentar Hariqo dan Lukman dari Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein dalam majalah Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, para oknum tersebut mengklasifikasikan berbagai bentuk media sosial yang kini digunakan menurut sebagai berikut: karakteristik:

- 1) Inisiatif kolaborasi situs web, seperti Wikipedia, memungkinkan pengguna mengedit, menambah, atau menghapus konten apa pun di situs.
- 2) Blog dan mikroblog yang dibuat pengguna memiliki hak untuk mengkomunikasikan apa pun secara bebas di blog, termasuk sentimen, pemikiran, opini, dan kritik terhadap platform lain seperti Twitter.
- 3) Materi atau konten: Situs web ini memungkinkan pengguna untuk bertukar materi multimedia satu sama lain, termasuk video youtube, e-book, gambar, dan gambar lainnya.
- 4) Situs jejaring sosial, seperti Facebook, tempat pengguna membuat informasi pribadi, grup, atau komunitas dan mendapatkan otorisasi akses sebelum menghubungkan atau membagikannya dengan orang lain.
- 5) Dunia game virtual: Melalui aplikasi 3D, pengguna dapat mengambil bentuk avatar sesuka mereka dan terlibat dalam interaksi dunia nyata dengan individu pembuat avatar lainnya, serupa dengan yang ditemukan di game online (*PUBG, Mobile Legend, Free Fire*) .

Sebuah program dunia virtual yang disebut Virtual Social World memungkinkan pengguna untuk hidup dan berinteraksi dengan pengguna lain dalam lingkungan virtual. Meskipun ada beberapa kesamaan antara dunia sosial virtual dan dunia game virtual, terdapat koneksi yang lebih terbuka ke aspek kehidupan lain, seperti *Second Life*. Dikatakan ada lebih dari 200 situs jejaring sosial yang tersedia saat ini. Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Plurk, Tumblr, Path, Line, dan lain sebagainya adalah beberapa di antaranya. Infografis tersebut menampilkan populasi (populasi) global sebanyak 7,750 miliar orang yang memanfaatkan media digital. 5,190 miliar pengguna unik ponsel. Terdapat 4,540 miliar pengguna internet dan 3,800 miliar pengguna aktif media sosial di seluruh dunia. Hal ini berarti, khususnya di era disruptif ini, hampir semua orang di dunia menggunakan media sosial.

Beberapa pakar dari berbagai publikasi akademis mendefinisikan media sosial sebagai berikut:

- 1) Boyd (2009) mendefinisikan media sosial sebagai sekumpulan perangkat lunak yang memungkinkan orang dan kelompok untuk berkumpul, bertukar pikiran, berkomunikasi, dan dalam beberapa situasi bekerja sama atau bermain bersama. Konten buatan pengguna (UGC), yaitu konten yang dibuat oleh pengguna, bukan oleh editor seperti di media massa tradisional, memiliki pengaruh yang besar di media sosial.
- 2) Media sosial menurut Van Dijk (2013) adalah platform media yang menekankan kehadiran pengguna dan memudahkan pengguna untuk

berkolaborasi dan terlibat dalam aktivitas. Akibatnya, media sosial dapat dipandang sebagai platform online (fasilitator) yang meningkatkan koneksi pengguna dan koneksi sosial.

- 3) Menurut Meike dan Young (2012), media sosial adalah perpaduan antara media publik, yang dibagikan kepada semua orang tanpa memperhatikan kekhususan individu, dan komunikasi pribadi, yang dipertukarkan antara orang-orang satu lawan satu.
- 4) Dailey (2009:3) mendefinisikan media sosial sebagai informasi online yang mudah diakses dan diukur, diproduksi dengan menggunakan teknologi penerbitan. Dampak paling signifikan dari teknologi ini adalah perubahan cara orang mencari informasi dan konten, mempelajarinya, serta membaca dan berbagi berita.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa media adalah suatu alat atau metode dalam dunia maya yang tidak memerlukan interaksi fisik secara langsung, baik secara individu maupun kelompok, berdasarkan banyak definisi media yang diberikan oleh para ahli tersebut di atas. dan tanpa dibatasi oleh waktu. atau tempat, khususnya dalam hal ini mahasiswa ilmu komunikasi yang memanfaatkan Facebook untuk media sosial. Setiap gambar yang dibagikan Unwira merupakan hasil persiapan dramaturgi di belakang panggung untuk diposting di depan panggung, dengan Facebook sebagai saluran atau metode berbagi gambar yang dapat dilihat secara praktis oleh semua orang.

2.4 Sejarah Facebook dan Media Sosial Facebook

Situs jejaring sosial Facebook didirikan pada Februari 2004 dan berkantor pusat di Menlo Park, California di Amerika Serikat. Alumni Universitas Harvard Mark Zuckerberg menjabat sebagai CEO dan pendiri Facebook. Setelah semakin banyak institusi pendidikan bergabung dengan Facebook, platform media sosial ini dapat diakses oleh orang-orang di seluruh dunia. Facebook saat ini dapat ditemukan dalam beberapa bahasa selain bahasa Inggris, seperti Bulgaria, Jepang, Belanda, Indonesia, Italia, Malaysia, Vietnam, Norwegia, Hongaria, Thailand, dan banyak lagi. Karena pengaruh globalisasi dan pesatnya perkembangan teknologi, Facebook memulai debutnya di Indonesia pada tahun 2008. Facebook kini menjadi platform media sosial terpopuler ketiga di kalangan masyarakat Indonesia, setelah media sosial, Instagram, WhatsApp, Twitter, YouTube, dan platform lainnya YouTube digunakan oleh 88% masyarakat di Indonesia. Di Indonesia, 84% penduduknya menggunakan WhatsApp. Di Indonesia, 82% penduduknya menggunakan Facebook. Pada tahun 2020, akan ada 130 juta pengguna Facebook di Indonesia (Ekawati 2012: 212).

Facebook sejauh ini merupakan platform jejaring sosial yang paling umum digunakan di seluruh dunia, dengan lebih dari 1 miliar pengguna aktif. Data sekitar hampir 2 miliar pengguna aktif setiap bulannya dipaparkan, per Januari 2021, di laman id.wizcase. dengan lebih dari satu miliar orang terus-menerus mengunjungi situs web tersebut. Untuk membuat Facebook lebih menarik, ia juga menawarkan sejumlah fitur lain, seperti kemampuan berbagi gambar, video, pembaruan status,

dan aktivitas lainnya. Berkat kemajuan teknologi, Facebook terus merilis pembaruan dengan fitur dan fungsi baru. Tampilan Facebook saat ini berbeda dengan versi lama, yang menawarkan pengguna akses ke layanan dan fasilitas tambahan. Layanan Facebook telah menghasilkan sejumlah varian. Facebook versi sebelumnya dan rilisan Facebook Lite MA Seperti Instagram, Twitter, dan platform media sosial lainnya, Facebook menawarkan beragam fitur kepada penggunanya. Fitur-fitur ini memungkinkan pengguna melakukan lebih dari sekadar memperbarui pembaruan status dan berbagi foto dan video; mereka juga dapat bermain game, berpartisipasi dalam siaran langsung, mengikuti kuis, mencari topik menggunakan hashtag, mengirim undangan virtual ke teman, mengunduh pembaruan status, mengubah foto profil mereka menjadi gif, dan mengajari teman secara virtual cara mengeja nama. Mujahidah Mc Luhan (2013:107).

Berdasarkan penjelasan di atas dan tujuan penelitian, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Unwira—dalam hal ini mahasiswa yang aktif menggunakan Facebook—mengatur dramaturgi panggung depan dan belakang agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Dengan fitur ganti foto, pembaruan foto dapat dilihat oleh publik.

2.5 *Impression Managgement*

Erving Goffman pertama kali mengusulkan manajemen kesan pada tahun 1959. Goffman mendefinisikan manajemen kesan sebagai persyaratan seseorang untuk memproyeksikan citra dirinya agar dapat diterima orang lain. Ia menjelaskan, diri sebagai pemain memiliki landasan motivasi selain sebagai produk sosial.

Ketika seseorang ingin diterima sebagai seseorang yang memiliki citra diri positif yang dianggap menarik oleh orang lain, mereka mengatur persepsinya (Bolino et al., 2008; Jones & Pittman, 1982). Goffman menggunakan ungkapan "presentasi diri dengan manajemen kesan" dalam bukunya *"The Presentation of Self in Everyday Life."* Ia percaya bahwa dunia itu seperti panggung. Setiap orang mengontrol perilakunya saat bersama orang lain. Dramaturgi adalah istilah yang digunakan oleh Goffman (Bolino, 2008: 34). Dramaturgi adalah metodologi analisis sosial yang memanfaatkan pengertian teatrikal termasuk latar belakang, pertunjukan, dan alur cerita. Manusia adalah pelaku yang, melalui pertunjukan teatrikalnya, berupaya memadukan sifat dan tujuan pribadi dengan sifat dan tujuan orang lain. Prinsip dramaturgi menyatakan bahwa dalam proses mencapai hal tersebut, orang akan tumbuh menjadi perilaku yang sesuai dengan perannya. Seorang aktor drama kehidupan harus mempersiapkan keseluruhan pementasannya, seperti halnya dalam pementasan drama. Tentu saja tujuannya adalah untuk memberikan kesan positif pada orang lain dan membuka pintu untuk mencapai tujuan. Selain itu, kita dapat mengatur cara orang lain melihat kita dengan mengendalikan informasi yang kita berikan kepada mereka (Schlenker, 1980: 1).

Goffman menegaskan, dalam sebuah pertunjukan ada panggung depan (front stage), panggung belakang (back stage), penonton (komunitas), dan tim pemain (kelompok atau tim yang berperan serta dan mendukung pertunjukan). Manajemen kesan biasanya dibahas dalam kaitannya dengan keberhasilan pekerjaan, wawancara, menerima komentar positif atas pekerjaan Anda, dan menerima tepuk tangan atas kinerja Anda (Lola, 2009:3). Selanjutnya yang terkait

erat dengan interaksi simbolik adalah dramaturgi. Sebaliknya, interaksi simbolik menekankan pentingnya keyakinan individu terhadap dirinya sendiri dan orang lain berdasarkan interaksinya dengan mereka. Dalam hal ini, interaksi sosial juga dapat berkontribusi terhadap perkembangan konsep diri individu. Konsep diri seseorang menawarkan kekuatan pendorong yang signifikan dibalik tindakannya. Siapa pun, di mana pun di dunia, berpotensi menampilkan diri mereka dengan buruk. Karena setiap orang menampilkan dirinya dengan cara yang unik karena berbagai alasan. Di satu sisi ada yang bercita-cita menjadi sempurna, bahkan di sisi lain ada yang terlihat jauh dari cita-cita namun sebenarnya sudah dekat. Aspek-aspek ini terungkap melalui persiapan, seperti halnya para pemain yang tampil di panggung. manajemen kesan adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan upaya ini (Mulyana, 2010: 111).

2.6 Teori Dramaturgi Erving Goffman

Manusia adalah pelaku yang berusaha menggunakan "pertunjukan dramanya sendiri" untuk memadukan kualitas unik atau pribadi dengan tujuan orang lain. Seorang individu akan memperoleh sikap-sikap yang mendukung pekerjaannya dalam melakukan manajemen kesan sebagai akibat dari menyelesaikan tugas-tugas tersebut. Melalui kumpulan simbol-simbol dan makna-makna yang terkait dengan jati diri yang akan dipamerkan dalam pementasan drama, manusia yang berperan sebagai aktor akan mempersiapkan keseluruhan pementasan. Inilah yang disebut Goffman sebagai "Manajemen Kesan", yaitu teknik yang digunakan aktor untuk memproyeksikan citra tertentu dalam keadaan

tertentu guna memenuhi tujuan pribadinya (Mulyana, 2010: 112). Selain Erving Goffman, Baron & Byrne menjelaskan dalam Rahman (2013: 90) bahwa manajemen kesan berkaitan dengan upaya yang dilakukan untuk menciptakan kesan yang baik di hadapan atau orang lain.

Filosofi Interaksionisme Simbolik memunculkan metode yang disebut dramaturgi. Dramaturgi berkembang sebagai sarana untuk menjawab kebutuhan individu untuk menjunjung tinggi karakter moralnya dan berkembang menjadi kerangka untuk menganalisis bagaimana orang menafsirkan lingkungan dan kehidupannya (Mulyana, 2010: 105). Erving Goffman, salah satu sosiolog paling penting di abad ke-20, menciptakan kata dramaturgi. Dramaturgi, atau pertunjukan teater, pertama kali dikemukakan oleh Goffman dalam bukunya tahun 1959 "*The Presentation of Self in Everyday a Life*". Secara khusus, berkonsentrasi pada kehidupan sosial sebagai rangkaian pertunjukan dramatik seperti drama teater, ada pemain dan penonton. Publik (penonton) bertanggung jawab untuk memberikan penafsiran maknanya, dan tanggung jawab aktor hanyalah membekali dirinya dengan beragam karakteristik pendukung untuk peran yang mereka perankan. Makna kini ditentukan oleh konteks yang lebih luas, bukan oleh individu (dalam contoh ini, penonton sang aktor). Dalam karya seninya, manusia ditampilkan sebagai manipulator simbol-simbol yang ada dalam semesta simbolik (Mulyana, 2010: 107).

Dalam pengantar gagasan dramaturgi, Goffman menawarkan definisi "konsep diri" yang lebih luas daripada yang dilakukan Mead. Mead percaya bahwa konsep diri seseorang bersifat konstan dan stabil, namun juga terbentuk seiring

berjalannya waktu sebagai akibat dari pengaruh sosial jangka panjang. Namun, Goffman berpendapat bahwa gagasan tentang diri lebih bersifat sementara, yaitu bahwa identitas seseorang bersifat sementara dan bersifat bermain peran, karena ia terus-menerus dibutuhkan untuk banyak peran sosial, yang masing-masing berinteraksi dengan masyarakat melalui ledakan singkat. Yang dimaksud Goffman dengan presentasi diri dalam kaitannya dengan interaksi adalah penokohan skenario konsep diri individu tertentu. Goffman mendefinisikan presentasi diri sebagai aktivitas yang dilakukan orang-orang tertentu untuk menciptakan identitas sosial dan definisi situasi bagi para aktor. Definisi situasi ini mempengaruhi rentang interaksi yang cocok dan tidak pantas bagi para aktor dalam situasi saat ini. Selain itu, presentasi diri mengacu pada upaya seseorang untuk memproyeksikan citra tertentu di hadapan orang lain dengan merencanakan tindakannya sehingga orang lain mempersepsikan dirinya apa adanya, mereka inginkan. Kualitas simbol-simbol yang akan dimanfaatkan, sesuai dan kompeten untuk mendukung identitas yang ditampilkan secara keseluruhan, diperhitungkan dalam proses penciptaannya (Mulyana, 2010: 112). Ada “panggung depan” dan “panggung belakang” dalam kehidupan bermasyarakat (Mulyana, 2010: 116). Sebagaimana dinyatakan di bawah ini:

- 1) Panggung Depan (*Front Stage*) adalah bagian pertunjukan yang berfungsi mendefinisikan situasi penyaksi pertunjukan. *Front stage* dibagi menjadi dua bagian. Pertama, *Setting* yaitu pemandangan fisik yang harus ada jika sang aktor memainkan perannya, Dan kedua *Front Personal* yaitu berbagai macam alat yang dapat dianggap khlayak sebaga perlengkapan yang dibawa aktor ke dalam

setting. Front personal juga mencakup bahasa verbal dan bahasa tubuh sang aktor, misalnya berbicara sopan, pengucapan istilah-istilah asing, intonasi, postur tubuh, ekspresi wajah, pakaian, penampakan usia, ciri-ciri fisik, dan sebagainya. *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.

- 2) Panggung Belakang (*Back Stage*), adalah lokasi skenario pertunjukan yang dilaksanakan oleh “tim”, sebuah organisasi tersembunyi yang merencanakan penampilan masing-masing aktor. Seiring berkembangnya teori Goffman tentang dramaturgi panggung depan dan belakang, teori ini terkait erat dengan gagasan Charles Horton Cooley tahun 1962 tentang "cermin diri atau Looking Glass Self" penulis "*Human Nature and the Social Order*". Tiga faktor, menurut Cooley, mempengaruhi kepribadian seseorang: bagaimana mereka menampilkan diri kepada orang lain atau di depan umum; bagaimana orang lain di sekitar mereka menilai mereka; dan respons emosional mereka terhadap evaluasi tersebut. (1982: 127–133). Soekanto. Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana mahasiswa ilmu komunikasi Unwira yang aktif memanfaatkan Facebook untuk postingan foto mengelola tayangan dramaturgi di panggung depan dan belakang. Selanjutnya teori ini diterapkan untuk mengkaji dramaturgi panggung depan dan belakang pada orang yang melakukan manajemen kesan, yang mengharuskan orang tersebut merencanakan setiap pertunjukan dan pertunjukan agar dapat menyampaikan makna tersendiri kepada penonton.