

ISSN : 9772302748003

# PROSIDING

Seminar dan Konferensi Nasional Ilmu Komunikasi  
Serang, 3 - 4 Oktober 2012



## KONTRIBUSI ILMU KOMUNIKASI DALAM PEMBANGUNAN



Diselenggarakan Oleh:

**Program Studi Ilmu Komunikasi**  
FISIP Untirta - Banten

**PROSIDING :**  
**SEMINAR DAN KONFERENSI NASIONAL ILMU KOMUNIKASI**  
**“Kontribusi Ilmu Komunikasi Bagi Pembangunan Daerah”**  
Serang, 3 - 4 Oktober 2012

Hak Cipta © Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Untirta - Banten

Kata Pengantar : Neka Fitriyah, S.Sos, M.Si

Diterbitkan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Untirta - Banten  
Jl. Raya Jakarta Km. 4 Pakupatan, Kota Serang - Banten  
Telp. 0254 - 280 330 ext 228

**PEMBINA**

Dr. Agus Sjafari, M.Si (Dekan FISIP Untirta)

**PENANGGUNG JAWAB**

Neka Fitriyah, S.Sos, M.Si (Ketua Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Untirta)

**KETUA PENYUNTING**

Idi Dimiyati, S.Ikom, M.I.kom

**ANGGOTA PENYUNTING**

1. Husnan Nurjuman, M.Si
2. Puspita Asri Praceka, M.I.Kom

Tata Letak :

Ade Haer

Design Sampul :

Ade Haer

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang  
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau  
seluruh isi buku dalam bentuk apapun tanpa ijin tertulis dari pemilik hak cipta

Cetakan Pertama, November 2012

xxii + 338 hlm.; 21cm x 29 cm

ISSN : 9772302748003

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>Kata Pengantar</b>	iii
<b>Daftar Isi</b>	v
<b>Materi Pemakalah Seminar</b>	
• Etnografi Sebagai Upaya Menempatkan Kebijakan Pembangunan Berlandaskan pada Masyarakat dan Kebudayaan - <i>Ahmad Sihabudin</i>	vii
• Dinamika Teknologi Komunikasi dan Perubahan Sosial Masyarakat - <i>Eddy Kurnia</i>	xii
<b>Bagian I :</b>	
<b>Peran Etika Komunikasi Politik dalam Membangun Kredibilitas Pemerintah</b>	
- Pentingnya Penciptaan dan Promosi Landmark Provinsi Banten – <i>Ari Pandu Witantira</i>	1
- Sinyo Harry Sarundajang: Mengatasi Konflik Maluku dan Maluku Utara dengan Pendekatan Dialogis - <i>H. H. Daniel Tamburian</i>	5
- Konstruksi Pluralisme Agama pada Kampanye Politik: Studi Etika Komunikasi - <i>Husnan Nurjuman</i>	11
- Politik dan Komunikasi Pesantren Salafiyah dalam Proses Demokratisasi di Banten - <i>Ikhsan Ahmad</i>	19
- Komunikator Politik Ideal dan Dramaturgi dalam Strategi Kampanye Politik - <i>Novi Andayani Praptiningsih</i>	25
- Strategi Pembangunan daerah Melalui Riset Komunikasi - <i>Siti Komsiah</i>	33
<b>Bagian II :</b>	
<b>Representasi Gender dalam Realitas Sosial Budaya Bangsa Indonesia</b>	
- Representasi Gender pada Profesi Wartawan – <i>Darwis Sagita</i>	41
- Peran Perempuan dalam Membangun Kesejahteraan Keluarga - <i>Helen Diana Vida</i>	49
- Peran Customer Relations dan Diskriminasi Perempuan - <i>Muhammad Najih Farihanto</i>	55
- Pemberdayaan Perempuan sebagai <i>Agent of Change</i> dalam Pengelolaan Lingkungan Bantaran Kali Ciliwung - <i>Nurprati Wahyu Widyatuti</i>	61
- Quo Vadis Pengarusutamaan Gender: Representasi Kebijakan Pemerintah dan Realitas Sosial Masyarakat Banten - <i>Neka Fitriyah</i>	71
- Konstruksi Perempuan Pelaku Kejahatan Kasus Melinda Dee dan Afriani Susanti - <i>Suzy Azeharie</i>	77
- Menggugat Kesetaraan Gender sebagai Sebuah Vision Bangsa – <i>Yoyoh Hereyah</i>	81
<b>Bagian III:</b>	
<b>Peran dan Tantangan New Media bagi Pembangunan di Era Globalisasi</b>	
- Twitter “Anak” New Media yang Revolusioner: Medium Pembangun Globalisasi - <i>Genep Sukendro dan Sisca Aulia</i>	81
- Ponsel dan Budaya Komunikasi Masyarakat Indonesia – <i>Idi Dimiyati</i>	97
- Kredibilitas Pemerintah Di Mata Media Online (Framing pemberitaan kredibilitas Gubernur dan Wakil Gubernur Banten di media online) - <i>Indiwan Seto Wahyu Wibowo</i>	103
- Transformasi Sistem Media Baru Konteks Indonesia: Aktivisme Internet oleh LSM dan Pembentukan Ruang Publik Alternatif - <i>Lidwina Mutia Sadasri</i>	111
- Peran Facebook dalam Menciptakan Interaksi antara Kanwil Kesehatan propinsi dengan Ibu Hamil dalam Menurunkan Tingkat Kematian Ibu Saat Melahirkan – <i>Muhammad Adi Pribadi</i>	119
- SMS Broadcast untuk Pemberdayaan Masyarakat - <i>Rendra Widyatama dan Tawar</i>	125
- Analisis McQuail Set pada Website bagi Pembangunan Kearifan Lokal Masyarakat Indonesia di Era Globalisasi - <i>Rustono Farady Marta</i>	131
- Media Baru dan Demokratisasi di Indonesia - <i>Sugeng Wahjudi</i>	137

#### Bagian IV:

##### Corporate Social Responsibility dan Pembangunan Daerah

- Sinergi antara Social Business Enterprise dengan Pemerintah Daerah - *Euis Heryati* 149
- Peran Komunikasi dalam Program Investasi Sosial Perusahaan (Sebuah Analisis Praktis dari Sektor Hulu Migas) - *Halida Hatta & Alfred Menayang* 157
- Program Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Keberdayaan Masyarakat Balongan (Kasus PT Pertamina Refinery Unit VI Balongan) - *Ilona V Oisina Situmeang* 165
- Adopsi Inovasi Kelestarian Lingkungan ditinjau dari Perspektif Komunikasi Pembangunan - *Rahmi Winangsih* 173
- Konsep Komunikasi Pemasaran Terintegrasi melalui Sister City Branding di Kota Serang - *Rd Nia Kania K* 185
- Program CSR sebagai Salah Satu Peranserta Perusahaan dalam Memberdayakan Masyarakat Majemuk - *Riris Loisa & Yugih Setyanto* 195
- Optimalisasi Program CSR dalam Pembangunan Daerah – *Titi Setiawati* 201

#### Bagian V:

##### Peran dan Pemanfaatan Media Massa dalam Pembangunan Daerah

- Media Televisi dalam Perspektif Komunikasi Pembangunan - *Doddy Salman* 209
- Media Massa sebagai Sumber Kekuatan Pembangunan Daerah - *Eko Harry Susanto* 215
- Peran Media Massa dalam Penanganan Pencemaran Air sebagai Bagian Pembangunan Daerah Banten - *Dianingtyas Murtanti Putri* 223
- Pemanfaatan Media Radio sebagai Media Rakyat untuk Pembangunan Daerah - *Farid Rusdi* 231
- Media Massa Cetak Lokal sebagai Public Sphere Pembangunan Banten yang Bermartabat - *Iman Mukhroman* 237
- Media dalam Politik dan Politik Dalam Media – *Rangga Galura G* 243
- Kontribusi Media dalam Pembangunan di bawah Kekuasaan Konglomerat - *Rangga Galura G dan Olivia Hutagaol* 251
- Komodifikasi Mitologi Rakyat dalam Tayangan Mistik di Televisi - *Naniek Afrilla Framanik* 263

#### Bagian VI:

##### Komunikasi dan Pemberdayaan Masyarakat

- Peran Komunikasi Dalam Penyuluhan Pertanian – *Asih Mulyaningsih* 271
- Komunikasi Kelompok dan Pengembangan Potensi Masyarakat Peternak Sapi Perah di Lembang - *Damayanti W* 275
- Strategi Komunikasi dalam Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima - *Ida Nur'aini Noviyanti* 283
- Komunikasi dan Pemberdayaan Masyarakat dalam Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri di Kota Serang - *Ipah Ema Jumiaty* 289
- Publik dan Media, Kawan atau Lawan: Media Literasi sebagai Sarana Penguatan Peran Publik di tengah Gempuran Ekonomi Politik Media – *Mufti Nurlatifah* 301
- Strategi Komunikasi: Aplikasi Metode Edukatif dalam Sosialisasi Keluarga Berencana Masyarakat Pedesaan – *Nina Yuliana* 309
- Komunikasi dan Pemberdayaan Masyarakat – *Tia Muthiah Umar* 319
- Hubungan Karakteristik Anggota dan Efektifitas Komunikasi Organisasi Anggota KUD Mandiri Panca Usaha Palabuhanratu - *Yudi L.A Salampessy* 325

Lampiran

333



# Komunikator Politik Ideal dan Dramaturgi dalam Strategi Kampanye Politik

Novi Andayani Praptiningsih<sup>1</sup>

## Abstrak

*Kampanye dapat diartikan sebagai upaya persuasif mengajak orang lain yang belum sepaham atau belum yakin pada ide-ide yang ditawarkan, agar masyarakat bersedia bergabung dan mendukung secara sukarela. Oleh karena itu, konsep yang dilontarkan dalam strategi komunikasi kampanye politik haruslah dirumuskan dan disampaikan secara sederhana agar masyarakat mudah memahami dan menerimanya. Kejujuran (tanpa melakukan kebohongan publik) merupakan salah satu keberhasilan kampanye demokratis yang mampu merebut simpati masyarakat. Pemanfaatan media massa, baik media massa maupun media cetak dalam proses kampanye politik juga turut berpengaruh, dengan segala kekuatan dan kelemahan masing-masing media. Dramaturgi merupakan seni bagaimana orang menempatkan peran sesuai dengan situasi dan kondisi dimana dia ditempatkan. Dramaturgi adalah bentuk reaksi alamiah dari manusia untuk mempertahankan diri. Ketika seorang manusia berada di sebuah lingkungan yang menurut dia nyaman, atau ketika dia ingin memasuki sebuah lingkungan baru, adalah sebuah proses yang wajar bila dalam dirinya timbul proses tidak ingin ditolak atau tidak ingin kehilangan kenyamanan tersebut. Agar dirinya tidak mengalami penolakan maka mau tidak mau dia harus melakukan dramaturgi dalam mempersuasi dirinya agar bisa diterima oleh lingkungannya. Sehingga, wajar saja jika anda melakukan dramaturgi dengan niatan untuk di terima di lingkungan. Yang jadi masalah adalah, apabila itu dilakukan secara berlebihan maka seseorang akan kehilangan jati dirinya. Jadi tidak salah kalau seseorang bermain peran menempatkan peran yang bukan dirinya, karena semata-mata bukan karena terpaksa namun itu merupakan reaksi alamiah terhadap lingkungan sekitarnya. Dramaturgi dalam dunia Politik banyak diterapkan dan diperankan para politisi di Indonesia. Saat front stage sangat berbeda di wilayah back stage nya. Banyak politisi yang telah kehilangan idealismenya, dan hanya mementingkan diri sendiri atau kepentingan golongan saja, bukan kepentingan rakyat. Berbeda saat kampanye caleg yang banyak memaparkan program unggul serta menebar janji.*

## 1. Pendahuluan

Kegiatan kampanye politik yang demokratis mengharuskan terjadinya perpindahan kekuasaan secara damai, antara lain dengan melaksanakan aktivitas kampanye dengan tidak memunculkan nuansa permusuhan dan persaingan tak sehat apalagi hingga mengakibatkan konflik/pertikaian dengan kekerasan akibat perbedaan politik. Perebutan posisi pada pelaku politik kadang menyebabkan saling curiga dan dapat menimbulkan fitnah. Yang pada akhirnya akan terjadi propaganda dan agitasi dalam bentuk perang isu. Munculnya perang isu sebagai dampak perjuangan elit politik untuk mencari posisi terbaik dalam percaturan politik demikian intens (Combs & Nimmo, 1993).

Kampanye politik yang damai, tidak memunculkan kerusuhan sosial dan korban jiwa karena adanya perbedaan politik mencerminkan nuansa politis yang kondusif dan adil, yang merupakan barometer kehidupan politik yang

demokratis, tanpa adanya kecurangan, misalnya *money politics*.

Kampanye sebenarnya dapat diartikan sebagai upaya persuasif mengajak orang lain yang belum sepaham atau belum yakin pada ide-ide yang ditawarkan, agar mereka bersedia bergabung dan mendukung secara sukarela (Bruce, 1999). Oleh karena itu, konsep yang dilontarkan haruslah dirumuskan dan disampaikan secara sederhana agar masyarakat mudah memahami dan menerimanya. Kejujuran (tanpa melakukan kebohongan publik) merupakan salah satu keberhasilan kampanye demokratis.

Ada dua hal mendasar yang harus dilakukan dalam konteks kampanye politik yang sehat. *Pertama*, menyadarkan masyarakat bahwa dalam aktivitas politik dan arena demokrasi, rakyat dapat mengoreksi kebijakan pemerintah secara konstruktif termasuk solusi yang disampaikan secara serius dan damai. Hingga puncaknya terjadi pergantian pimpinan. Negara sebagai salah satu bentuk perwujudan partisipasi rakyat

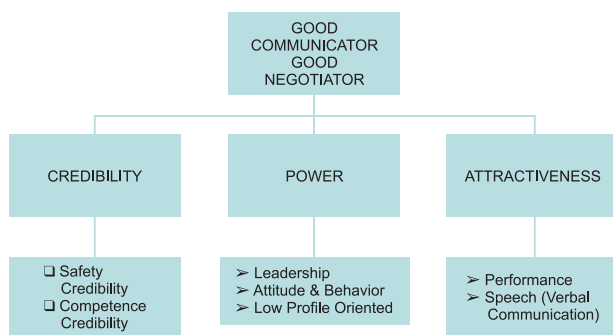
<sup>1</sup> Penulis adalah Dosen Tetap di UHAMKA Jakarta.

dalam sistem politik. Tujuan ini tercapai apabila rakyat berpikir rasional dan tidak *defensif* dan *permisif* dalam menyikapi masalah yang tengah dihadapi negara, tentunya dengan menyodorkan alternatif terbaik untuk memecahkan masalah tersebut. *Kedua*, menyadarkan masyarakat bahwa masyarakat tak sepenuhnya menyerahkan kedaulatan politik kepada wakil-wakil rakyat yang hendak dipilih menjadi anggota DPR/MPR. Rakyat hanya mendelegasikan kewenangan membuat keputusan. Namun rakyat masih berhak mencermati dan mengawasi jalannya pemerintahan, termasuk aktivitas mereka di DPR/MPR. Proses peyadaran tersebut tentunya tak terlepas dari peran komunikator politik dalam mengelola data dan informasi sehingga masyarakat dapat mengerti dengan jelas pesan yang akan disampaikan.

## 2. Pembahasan

### Komunikator Politik Ideal

Dalam komunikasi politik kita kenal tiga kelompok yang berpartisipasi dalam proses politik, yakni komunikator, politik partisipan politik, dan simpatisan politik (Nimmo, 1993). Komunikator politik yang ideal layaknya memenuhi 3 (tiga) unsur kualifikasi, yakni : *Credibility, Power, dan Attractiveness*.



*Pertama*, seorang komunikator politik harus memiliki *Credibility* (Kredibilitas), yang terdiri dari *Safety Credibility* dan *Competence Credibility*. *Safety Credibility* merupakan kepercayaan yang diberikan orang lain kepada kita sebagai komunikator karena kita mempunyai kemampuan atau kompetensi (*capability*), keahlian (*skill*), dan pengalaman (*experience*). Namun ada faktor-faktor yang cukup kuat mempengaruhi *Competence Credibility* seseorang, yakni : (a) Wawasan luas yang dapat diaplikasikan melalui kebiasaan kita mengkonsumsi media massa, baik media cetak (majalah, surat kabar, tabloid)

maupun media elektronik (TV, radio, film). Di samping itu, mengkonsumsi banyak literatur atau referensi dapat memperkaya khasanah wawasan berfikir. Kecenderungan berwawasan luas dapat pula diperoleh melalui sosialisasi/interaksi dengan banyak orang dari berbagai lapisan dan tingkat sosial, ekonomi, maupun budaya. Interaksi ini dapat dilakukan dalam aktivitas kehidupan sehari-hari sebagai aplikasi pendewasaan berfikir dan bertindak; (b) Sinergi antara IQ (*Intelligence Quotient/Kecerdasan Intelektual*), EQ (*Emotional Quotient/Kecerdasan Emosional*), SQ (*Spiritual Quotient/kecerdasan perpaduan antara ibadah, moral, etika dan akhlak mulia*). Saat ini justru sinergi antara EQ dan SQ lah yang mempunyai peranan penting. Namun ternyata belum cukup, masih perlu adanya TQ (*Transendental Quotient*) yang merupakan aplikasi aturan-aturan Tuhan (God Rules), bukan aturan manusia (Human Rules).

*Kedua*, Seorang komunikator politik selayaknya memiliki *Power*, terdiri dari : (1) *Leadership* (kepemimpinan) merupakan hal yang amat prinsipil dan fundamental yang dialiri nilai-nilai tertentu, terutama nilai moral yang melekat. Integritas, kapabilitas, dan akseptabilitas seorang pemimpin dapat diukur dari pengetahuan (*knowledge*), keadilan (*justice*), kekuasaan (*power*), dan kesalehannya (*piety*). Keseluruhan nilai-nilai tersebut secara komprehensif bersinergi menjadi sebuah kekuatan dan ketrampilan *Art of Leadership* (Majalah Suara Muhammadiyah, 2003). (2) *Charismatic* (kharisma), yang sulit digeneralisasikan, karena terkadang dilandasi penilaian subyektif dan individualistis. Kharisma seseorang, terutama dalam wahana politik, bisa hadir karena bawaan, tetapi juga seringkali melalui proses sosialisasi dan pendewasaan diri, misalnya aktif di organisasi sosial politik, atau melalui interaksi dan sosialisasi dengan individu lain dari berbagai usia, lapisan sosial, ekonomi, dan budaya. (3) *Low Profile Oriented* (kerendahan hati). Komunikator politik yang tidak *arogan*, mampu mengendalikan emosi pada kondisi apapun, jujur, sabar, tawadhu, bertutur kata lembut, santun, arif bijaksana dengan bahasa yang menyejukkan hati akan mempunyai magnet yang mampu memikat hati serta mempengaruhi masyarakat, yang pada akhirnya akan menciptakan suasana yang kondusif dan menyenangkan (*favourable*).

*Ketiga*, seorang komunikator politik hendaknya memiliki *Attractiveness* (daya tarik), terdiri dari : (1) *Performance*. Tampil sederhana

jauh dari kesan mewah, namun rapi-bersih-sopan-serasi dapat membuat lebih percaya diri sebagai komunikator politik. (2) *Attitude & Behavior*. Ketaatan, ketaqwaan, iman yang kuat dan berakhlak mulia adalah indikasi sikap dan perilaku baik yang tampak dari kesalehan seseorang dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. (3) *Speech* atau *Verbal Communication*. Ucapan atau kata-kata lisan yang dikomunikasikan merepresentasikan jati diri, citra, dan kualitas diri seseorang. Bicara jujur namun diplomatis merupakan salah satu strategi memperlancar komunikasi politik demi merebut simpati masyarakat.

### **Komunikasi melalui Kampanye Politik**

Penggunaan komunikasi dalam aktivitas politik dapat diaplikasikan melalui aktivitas kampanye politik secara komprehensif dan terintegrasi (Cavanagh, 1997). Alternatif teknik dan bentuk kampanye politik antara lain melalui : dialog (secara persuasif, argumentatif, bahkan kadang negosiasi), spanduk, *brochures* (leaflet, pamphlet, booklet, stiker, poster), *billboard* (media luar ruang), serta bulletin. Televisi sebagai salah satu media massa elektronik merupakan pilihan terbaik dan efektif dalam menyebarkan gagasan, ide, pandangan agar dapat memperoleh dukungan yang lebih luas. Radio juga dapat digunakan sebagai alternatif pilihan media elektronik, karena masyarakat dapat mendengar secara langsung argumentasi dan retorika yang disampaikan. Namun sayangnya radio tak dapat mengcover bahasa non verbal (*facial expression, posture, gesture*) komunikator politik. Selain media massa elektronik, media lain yang dapat digunakan adalah media massa cetak, seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan bulletin. Kelemahannya adalah informasi bersifat satu arah dan tak ada *feedback* (umpan balik) dari masyarakat secara langsung dalam waktu yang bersamaan, karena tak mungkin dilakukan dialog interaktif dalam media cetak.

Hal yang tak kalah penting dalam penggunaan komunikasi dalam kampanye politik adalah menetapkan *positioning* untuk melihat segmentasi pemilih dan memposisikan tokoh politik di benak masyarakat, sehingga dukungan politik dapat tercapai secara maksimal.

#### **Dramaturgi dalam Politik**

Dramaturgi adalah pandangan atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan drama di panggung. Kebanyakan atribut, milik atau

aktivitas manusia digunakan untuk presentasi diri ini, termasuk busana yang kita pakai, tempat kita tinggal, rumah yang kita huni, furnitur dan perabot rumahnya, cara kita berjalan dan berbicara, pekerjaan yang kita lakukan dan cara kita menghabiskan waktu luang kita.

Karya-karya Goffman melukiskan manusia sebagai manipulator simbol yang hidup di dunia simbol, mendemonstrasikan apa yang dikomunikasikan manusia kepada manusia lainnya ketika mereka berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Untuk memelihara citra diri yang stabil, orang melakukan 'pertunjukan' (performance) di hadapan khalayak.

Pendeknya kita 'mengelola' pesan/informasi yang kita berikan kepada orang lain. Kita mengendalikan pengaruh yang akan ditimbulkan busana kita, penampilan kita dan kebiasaan kita terhadap orang lain supaya orang lain memandang kita sebagai orang yang ingin kita tunjukkan. Kita sadar orang lainpun berbuat hal yang sama terhadap kita, dan kita memperlakukannya sesuai dengan citra dirinya yang kita bayangkan dalam benak kita. Jadi kita bukan hanya sebagai pelaku tetapi juga sekaligus sebagai khalayak.

Istilah Dramaturgi kental dengan pengaruh drama atau teater atau pertunjukan fiksi diatas panggung dimana seorang aktor memainkan karakter manusia-manusia yang lain sehingga penonton dapat memperoleh gambaran kehidupan dari tokoh tersebut dan mampu mengikuti alur cerita dari drama yang disajikan. Meski benar, dramaturgi juga digunakan dalam istilah teater namun term dan karakteristiknya berbeda dengan dramaturgi yang akan kita pelajari.

Dramaturgi dari istilah teater dipopulerkan oleh Aristoteles. Sekitar tahun 350 SM, Aristoteles, seorang filosof asal Yunani, menelurkan, *Poetics*, hasil pemikirannya yang sampai sekarang masih dianggap sebagai buku acuan bagi dunia teater. Dalam *Poetics*, Aristoteles menjabarkan penelitiannya tentang penampilan/drama-drama berakhir tragedi/tragis ataupun kisah-kisah komedi.

Dramaturgi (Burke). Kenneth Duva Burke (May 5, 1897– November 19, 1993) seorang teoritis literatur Amerika dan filosof memperkenalkan konsep dramatisme sebagai metode untuk memahami fungsi sosial dari bahasa dan drama sebagai pentas simbolik kata dan kehidupan sosial.

Tujuan Dramatisme adalah memberikan penjelasan logis untuk memahami motif tindakan

manusia, atau kenapa manusia melakukan apa yang mereka lakukan (Fox, 2002). Dramatisme memperlihatkan bahasa sebagai model tindakan simbolik ketimbang model pengetahuan (Burke, 1978). Pandangan Burke adalah bahwa hidup bukan seperti drama, tapi hidup itu sendiri adalah drama.

Teori Burke membandingkan kehidupan dengan sebuah pertunjukan dan menyatakan bahwa, sebagaimana dalam sebuah karya teatral, kehidupan membutuhkan adanya aktor, adegan, beberapa alat untuk terjadinya adegan, dan tujuan. Asumsinya adalah : 1) Manusia adalah hewan yang menggunakan simbol; 2) Bahasa dan simbol membentuk sebuah sistem yang sangat penting bagi manusia; 3) Manusia adalah pembuat pilihan.

Dramatologi (Goffman). Tertarik dengan teori dramatisme Burke, Erving Goffman (11 Juni 1922 – 19 November 1982), seorang sosiolog interaksionis dan penulis, memperdalam kajian dramatisme tersebut dan menyempurnakannya dalam bukunya yang kemudian terkenal sebagai salah satu sumbangan terbesar bagi teori ilmu sosial *The Presentation of Self in Everyday Life*.

Dalam buku ini Goffman yang mendalami fenomena interaksi simbolik mengemukakan kajian mendalam mengenai konsep Dramaturgi. Tujuan dari Presentasi dari Diri – 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 tentang bagaimana memaksimalkan indera verbal dan non-verbal untuk mencapai tujuan akhir komunikasi, agar orang lain mengikuti kemauan kita, biasanya diaplikasikan dengan teknik persuasif.

Dramaturgi yang diperhitungkan adalah konsep menyeluruh bagaimana kita menghayati peran sehingga dapat memberikan *feedback* sesuai yang kita mau. 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.

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 dari interaksi dengan orang lain. Disinilah dramaturgi masuk, bagaimana kita menguasai interaksi tersebut. 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 dramanya sendiri".

Melalui karyanya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life (1959)*, Goffman membagi kehidupan sosial ke dalam dua wilayah yaitu :

- Panggung depan (front stage), yaitu tempat atau peristiwa sosial yang memungkinkan individu menampilkan peran formal atau bergaya layaknya aktor yang berperan.
- Panggung belakang (back stage), yaitu tempat untuk mempersiapkan perannya di panggung depan, atau kamar rias pemain sandiwara bersantai untuk mempersiapkan diri atau berlatih.

Rentangan Perspektif Interpretif – Obyektif dalam Dramaturgi. Dramaturgi termasuk teori interpretatif, meskipun kadang ada unsur obyektifnya, tetapi peranannya lebih masuk ke pada rentangan atau tataran subyektif. Dramaturgi dianggap masuk ke dalam perspektif obyektif karena teori ini cenderung melihat manusia sebagai makhluk pasif (berserah). Misalnya : persepsi khalayak. Dramaturgi dapat masuk ke perspektif subyektif apabila dilihat dari proses dramatisasi peran manusia itu sendiri. Misalnya : analisis isi pesan, pengelolaan kesan, analisis konstruksi diri.

Kritik atas pendekatan Goffman, antara lain : 1) Metodologinya dianggap longgar karena mengandalkan apapun yang tersedia, tidak memiliki metoda yang spesifik dan sistematis untuk menguji proposisi-proposisinya mengenai perilaku manusia; 2) Pandangan dianggap Goffman mereduksi kemanusiaan menjadi sekedar pertunjukkan, pandangan yang menganggap semua orang sebagai munafik dianggap terlalu berlebihan.

Sedangkan pembelaan pada Dramaturgis, yakni ; 1) Tafsiran pengkritik bahwa frase "hidup sebagai teater" terlalu harfiah karena Goffman



tidak pernah bermaksud demikian; 2) Geertz mengatakan bahwa dramaturgis bukan suatu pandangan teoritis yang tertutup melainkan suatu cara menguraikan perilaku manusia, dramaturgi adalah suatu pemikiran yang informatif dan heuristik; 3) Dramaturgis selaras dengan pengamatan hampir setiap pandangan psikologi, sosiologi bahkan fungsionalisme struktural terutama interaksionisme simbolik sebab merupakan kajian tentang bagaimana segala sesuatu dilakukan bukan mengapa segala sesuatu dilakukan.

Dramaturgi merupakan seni bagaimana orang menempatkan peran sesuai dengan situasi dan kondisi dimana dia ditempatkan. Seseorang memasang muka simpatik dan bersedih ketika dalam pemakaman seseorang, padahal pada saat yang sama anda sebenarnya sedang bergembira karena sesuatu yang lain, tapi karena tekanan lingkungan yang ada mengharuskan untuk ikut bersedih. Situasi seperti itu normal. Sebab seorang psikolog bernama Kurt Lewin (1936) berkata dalam penjelasan teori medannya bahwa sesungguhnya perilaku manusia tergantung pada lingkungannya. Jadi tidak salah kalau seseorang bermain peran menempatkan peran yang bukan dirinya, karena semata-mata bukan karena terpaksa namun itu merupakan reaksi alamiah terhadap lingkungan sekitarnya.

Kesimpulannya adalah bahwa: 1) Menurut Burns, pendekatan dramaturgis menawarkan suatu cara berguna untuk mengamati perilaku manusia yang melalui perilakunya itu individu berusaha menjadi seseorang daripada berusaha melakukan sesuatu; 2) Proyeksi citra diri ini dipandang sebagai bagian dari proses sosialisasi dan ini merupakan kemenangan kemampuan kreatif manusia atas reaksi-reaksi orang lain.

Aplikasi Teori Dramaturgi dalam Berbagai Profesi. Dramaturgi dapat direfleksikan dari beberapa contoh kasus yang merepresentasikan profesi yang berbeda, antara lain :

#### Kasus 1 :

Polisi Lalu lintas dalam menjalankan tugasnya (saat menilang pelanggar di jalan raya). Dalam menjalankan tugasnya harus tegas dan tanpa pandang bulu, jika melanggar akan ditindak, untuk memberi efek jera. Tetapi bila mengikuti *humanisme*, mungkin karena kenal dengan pelanggar, akhirnya terjadi pembiaran atas pelanggaran disiplin berlalu lintas. Atau bisa saja jika iman Pak Polisi lemah, bisa

terjadi "pungli" dengan cara "damai" di tempat. Saat itu Pak Polisi sedang menjalani arena *front stage*. Tetapi ketika tiba di rumah, yang bersangkutan adalah seorang suami yang lembut bagi istrinya, sekaligus ayah yang hangat dari anak-anaknya (posisi *back stage*).

#### Kasus 2 :

Dramaturgi yang bertugas menyembuhkan dan merawat orang sakit, diperankan oleh seorang dokter terhadap pasien, keluarga pasien, perawat, serta kolega sesama dokter (*front stage*). Di *back stage*, dia adalah manusia biasa yang juga bisa mengalami sakit yang sama dengan para pasiennya, termasuk merasakan emosi, *uncovinience*, *chaos*, *uncomfortable*, dan berbagai gejala menahan rasa sakit. Ada satu kasus di salah satu Rumah Sakit di Jakarta, seorang dokter senior ahli spesialis ginjal di sebuah rumah sakit terkenal di Jakarta meninggal dunia karena menderita penyakit ginjal pula. Ironis.

#### Kasus 3 :

Di sebuah acara pengadilan, kita melihat ada Hakim, Jaksa, Pengacara/ Penasehat Hukum, Terdakwa, Panitera, Penggugat, Tergugat, Pemohon, Termohon, yang seluruhnya menjalankan peran *front stage*. Sementara di *back stage*, mereka tak lagi berhadapan dengan pasal dan delik hukum.

#### Kasus 4 :

Di arena *front stage*, ada seorang Pekerja Seks Komersial (PSK), menjalani hidupnya dengan cara mengais rezeki secara tidak halal, asusila dan melanggar nilai-nilai serta norma, karena yang dilakukannya melanggar larangan agama. Namun kenyataannya (*back stage*), dia harus menghidupi ibunya yang sudah renta dan janda, serta anaknya yang masih berumur 3 tahun, ditambah lagi harus membiayai sekolah adik-adiknya.

#### Kasus 5 :

Terdakwa kasus korupsi Arthalyta Suryani alias Ayin mencoba menarik simpati hakim dan pengujung di persidangan. Dimulai dari bagi-bagi makanan, menjelaskan bahwa dirinya seorang janda, sambil menangis. Semua itu merupakan semata-mata proses dramaturgi yang harus dia lakukan agar dapat keringanan hukuman. Hal yang sama

juga dilakukan oleh Angelina Sondakh dengan cara menarik simpati masyarakat melalui kekerapan liputan media massa, baik media cetak maupun elektronik. Termasuk melibatkan Kak Seto yang menyatakan bahwa anak bungsu Anggie yang masih balita (Keanu) membutuhkan ibunya selalu ada disisinya, sehingga mengajukan agar diperbolehkan menjadi tahanan rumah.

#### Kasus 6 :

Kasus mengenai sikap sosial seseorang dipandang dari teori dramaturgi. Seorang anak remaja (sebut saja namanya Dayat), merupakan seorang anak dari keluarga *broken home*, ia berasal dari keluarga kaya sehingga ia terbiasa dengan gaya hidup mewah. Namun, semenjak ayah dan ibunya bercerai, Dayat tidak mengetahui keberadaan kedua orang tuanya sehingga ia terpaksa bertahan hidup dari berjualan gorengan dan tinggal di rumah neneknya. Meskipun dalam kondisi seperti itu, Dayat yang saat itu duduk di kelas 1 SMP tetap berusaha mempertahankan *image* di depan teman-temannya. Ia selalu berusaha tampil *cool* seolah tidak memiliki masalah di rumah. Bahkan Dayat sering kali mengarang cerita bahwa kedua orang tuanya sedang mengerjakan tugas bisnis di luar kota dan jarang pulang ke rumah. Dayat merasa perlu menyembunyikan masalah yang sedang dialaminya, bahkan ia sering kali mengatakan bahwa ia berjualan gorengan di sekolah hanya untuk latihan kemandirian saja dan ia tinggal di rumah nenek karena orang tuanya sibuk bisnis, padahal kenyataannya orang tuanya sudah bercerai dan tidak diketahui keberadaannya.

Jika dilihat dari teori dramaturgi, di panggung belakang (*back stage*) terdapat "tim" yang sengaja membuat skenario agar Dayat *beracting* demikian. Secara teori bisa saja Dayat tetap menampilkan sikap dan penampilan seperti bagaimana adanya, namun ternyata ada tim di dalam lingkungan Dayat yang memaksa Dayat untuk *beracting* seperti di atas.

Dalam teori dramaturgi juga terdapat seni pengelolaan kesan. Dalam kasus ini, Dayat tampak melakukan pengelolaan kesan agar *image* dia di hadapan teman-teman sekolahnya tetap baik. Dayat telah melakukan disiplin dramaturgis yang meliputi : menjaga

kesadaran, pengendalian diri, dan pengaturan ekspresi wajah dan suara. Dayat juga melakukan tindakan yang dapat menciptakan loyalitas dramaturgis agar penonton/audiens/teman-temannya tidak mengetahui pribadi dia yang sesungguhnya.

#### Kasus 7 :

Kasus Institusi Total, yakni institusi yang memiliki karakter dihambakan oleh sebagian kehidupan atau keseluruhan kehidupan dari individual yang terkait dengan institusi tersebut, dimana individu ini berlaku sebagai sub-ordinat yang mana sangat tergantung kepada organisasi dan orang yang berwenang atasnya. Ciri-ciri institusi total antara lain dikendalikan oleh kekuasaan (hegemoni) dan memiliki hierarki yang jelas. Contohnya, sekolah asrama yang masih menganut paham pengajaran kuno (disiplin tinggi), kamp konsentrasi (barak militer), institusi pendidikan, penjara, pusat rehabilitasi (termasuk didalamnya rumah sakit jiwa, institusi pemerintah, dan lainnya). Dramaturgi dianggap dapat berperan baik pada instansi-instansi yang menuntut pengabdian tinggi dan tidak menghendaki adanya "pemberontakan". Karena di dalam institusi-institusi ini peran-peran sosial akan lebih mudah untuk diidentifikasi. Orang akan lebih memahami skenario semacam apa yang ingin dimainkan. Bahkan beberapa ahli percaya bahwa teori ini harus dibuktikan dahulu sebelum diaplikasikan. Salah satu kasusnya adalah : Seorang anggota Paskibraka tingkat DKI Jakarta dilaporkan mendapatkan pelecehan seksual dari seniornya. Siswi tersebut diminta lari telanjang dari kamar mandi ke kamar berkali-kali. Laporan tersebut dilayangkan orangtua siswi tersebut. Menurut sumber yang terpercaya, bahwa kasus seperti di atas ternyata telah terjadi sejak bertahun-tahun lalu dan selalu dialami oleh para peserta paskibraka junior. Ini adalah salah satu contoh bentuk institusi total yang dapat mempengaruhi sikap dan kepribadian seseorang.

#### Kasus 8 :

Pada kasus korupsi, koruptor menjalankan perannya di lingkungan mereka yang sarat manipulatif. Mereka berusaha mengontrol diri seperti penampilan, keadaan fisik, dan perilaku

aktual dan gerak agar perilaku menyimpang yang mereka jalani tidak dapat diketahui oleh lingkungan mereka. Karena mereka mengerti kedudukan yang melekat pada dirinya semata-mata demi melayani kepentingan publik menjadi domain kepentingan pribadi. Dengan begitu sang koruptor tak jarang dapat berperan ganda, bisa berwatak baik dan buruk. Berperilaku "baik" merupakan prasyarat mutlak untuk mendapatkan jabatan publik yang dikehendakinya. Baik itu melalui legitimasi politik, pendidikan, sosial, ekonomi yang dikemas sedemikian rupa, agar tampil sebagai sosok yang berhati peduli atau memiliki integritas pengabdian jujur, bersih dan berani. Ternyata itu hanya tipu muslihat tuntutan peran agar dapat melanggengkan tujuan awal menduduki posisi jabatan publik. Rakyat masih punya keyakinan bahwa bangsa ini dapat dikelola dengan baik melalui kebijakan yang anti korupsi. Seperti kesamaan persepsi pada kekuasaan eksekutif, legislatif dan yudikatif untuk memberi hukuman seberat-beratnya pada koruptor. Hukuman bagi para koruptor sebenarnya harus lebih berat dan tanpa toleransi dengan mengadopsi aturan dan contoh yang diterapkan di negara-negara yang sudah berhasil memberantas korupsi. Barangkali China dapat menjadi negara rujukan untuk belajar menghentikan sepakterjang koruptor. Penyediaan peti mati bagi koruptor merupakan simbol perlawanan terhadap korupsi, apalagi China kerap kali menjatuhkan vonis mati kepada pelaku korupsi. Adapun wacana untuk memiskinkan koruptor perlu dipertimbangkan agar dapat menjadi bagian politik hukum bangsa ini. Kemudian, para koruptor seharusnya tidak saja dijatuhi hukuman berat melalui pengadilan, tetapi juga perlu diberi sanksi social dengan mengasingkan mereka dari interaksi fisik. Sanksi social semacam itu akan lebih baik jika dimulai dari pejabat atau pemimpin di berbagai aras, apalagi masyarakat kita masih berwatak paternalistic: meniru apa yang dilakukan petinggi. Barangkali sanksi yang sangat berat akan menghentikan dramaturgi sang koruptor seperti apa yang sering menjadi tontonan publik akhir-akhir ini.

Aplikasi Teori Dramaturgi dalam Politik. Dramaturgi dalam dunia politik dapat direfleksikan dari 2 (dua) contoh kasus berikut ini :

Kasus 1 :

Para anggota DPR memerankan dramaturgi. Saat *front stage* sangat berbeda di wilayah *back stage* nya. Banyak anggota yang telah kehilangan idealismenya, dan hanya mementingkan diri sendiri atau kepentingan golongan saja, bukan kepentingan rakyat. Berbeda saat kampanye caleg yang banyak memaparkan program unggul serta menebar janji.

Kasus 2:

Penerapan dramaturgi dalam praktik komunikasi massa atau strategi kampanye pada pemilihan presiden yang lalu. SBY dan Megawati merupakan salah satu contoh bentuk kampanye dramaturgi yang berhasil. Sosok Megawati dalam membawa partainya PDI-P menuju tangga puncak pemenang pemilu 1999 tidak lepas dari isu yang dihembuskan bahwa dirinya adalah pihak yang "dizhalimi" oleh rezim Orba. Simpati pun di dapat karena memang masyarakat pada waktu itu memang sedang euphoria "kebencian" terhadap rezim Orba. Begitu juga SBY dimana dia dulu menempatkan posisinya sebagai orang yang terdzhalimi oleh rezim Megawati. Sehingga masyarakat pun merasa simpati dan terbukti dukungan yang mengalir tidak kalah banyak, serta mengantarkannya pada posisi RI-1.

Satu pertanyaan mengapa manusia harus bermain dramaturgi? Satu jawaban yang pasti adalah dramaturgi merupakan suatu bentuk rekasi alamiah dari manusia untuk mempertahankan diri. Ketika seorang manusia berada di sebuah lingkungan yang menurut dia nyaman, atau ketika dia ingin memasuki sebuah lingkungan baru, adalah sebuah proses yang wajar bila dalam dirinya timbul proses tidak ingin ditolak atau tidak ingin kehilangan kenyamanan tersebut. Agar dirinya tidak mengalami penolakan maka mau tidak mau dia harus melakukan dramaturgi dalam mempersuasi dirinya agar bisa diterima oleh lingkungannya. Sehingga, wajar saja jika anda melakukan dramaturgi dengan niatan untuk di terima di lingkungan. Yang jadi masalah adalah, apabila itu dilakukan secara berlebihan maka seseorang akan kehilangan jati dirinya.

### 3. Simpulan

Pemanfaatan strategi kampanye politik tak dapat dipungkiri harus didukung oleh

peran komunikator politik yang ideal yang mampu memiliki kecakapan komunikasi secara persuasive demi memperoleh dukungan politik masyarakat sesuai criteria yang telah dijabarkan di atas. Pemilihan media massa, baik media massa maupun media cetak dalam proses kampanye politik juga turut berpengaruh, dengan segala kekuatan dan kelemahan masing-masing media. Banyak politisi memerankan dramaturgi dalam menjalankan aktivitas kesehariannya sebagai politisi. Namun masyarakat cerdas, tanggap, dan mampu menilai tokoh politik yang diharapkan dapat diberikan kepercayaan dan wewenang dalam menjalankan roda pemerintahan secara jujur, adil, dan bijaksana.

#### **Daftar Pustaka**

- Cavanagh, David. 1997. *Election Campaigning, The New marketing of Politics*. Massachusetts : Blackwell Publishers Inc.
- Dan. 1993. *Komunikasi Politik : Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- dan Combs, James E. 1993. *The New Propaganda : The Dictatorship of palaver in Contemporary Politics*. New York : Longman Publishing.
- Newman, Bruce I. 1999. *The Mass Marketing of Politics, Democracy in an Age of Manufactured Images*. London : sage Publications Inc.
- Suara Muhammadiyah, Majalah Tengah Bulanan No. 23 Tahun 88, 1 – 15 Desember 2003. Jakarta : Penerbit Pers Suara Muhammadiyah.