

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Judul Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan
1.	<i>Identity Construction Reflected Through Non-Verbal Behaviors In Parasite Movie</i> Yohana Zirah Sianturi & Morada Tetty 2022	Universitas Negeri Medan	Metode kualitatif dengan teori Burke dan Stryker	Konsep identitas Burke dan Stryker yang diterapkan dalam penelitian ini relevan karena identitas muncul dari interaksionisme simbolik struktural. Singkatnya, identitas adalah mungkin dibangun atau diubah melalui pengaruh masyarakat dalam kehidupan yang kita jalani. Dan identitas itu sendiri dapat ditunjukkan melalui beberapa aspek nonverbal, seperti penampilan, bau, objek yang digunakan, artefak, dan banyak lainnya. Kemudian, itu muncul melalui ketika mereka berinteraksi dalam masyarakat tempat mereka tinggal. Pertama, identitas keluarga Kim diperlihatkan sebagai keluarga miskin yang tinggal di semi basement. Identitas mereka dapat dilihat dengan aspek non-verbal yang ditampilkan dalam	Film Parasite merupakan film tahun 2020 yang cukup terkenal karena struktur filmnya dan penghargaan yang mereka dapatkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep Burke & Stryker yang menggambarkan tentang tiga aspek identitas dalam film Parasite. Penelitian ini hanya menerapkan aspek non-verbal untuk menganalisis konstruksi identitas. Disarankan kepada mereka yang tertarik mempelajari tentang identitas untuk menganalisis aspek atau konflik lain terjadi di masyarakat atas nama identitas. Selain itu, studi tentang konstruksi	Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan teori/konsep konstruksi identitas dari Burke dan Stryker sebagai pedoman dalam merefleksi perilaku non verbal dalam film parasite. Sedangkan penelitian peneliti menggunakan pengelolaan identitas melalui Teori Manajemen Identitas untuk dikaitkan dengan komunikasi atau perilaku non verbal yang ada pada tokoh serial televisi, dan menggunakan analisis isi kualitatif.

				film. Penggunaan lusuh pakaian, rumah kebanjiran, pemalsuan berkas untuk bekerja dengan keluarga elite, juga dijadikan objek (batu) simbol harapan mereka. Hal ini juga ditunjukkan dari cara mereka berpakaian. Tapi satu hal mereka tidak bisa memalsukan bau badan mereka. Kedua, keluarga Park digambarkan sebagai keluarga elite yang tinggal di rumah mewah. Identitas keluarga ini terbentuk melalui pakaian, benda atau objek yang digunakan, cara mereka menerima pekerja mereka yang harus 'cukup' dalam standar mereka.	identitas juga sangat layak untuk ditekuni mengungkapkan identitas yang dibangun dalam film. Karena film akhir-akhir ini banyak dikonsumsi orang, itu akan sangat menarik untuk melakukan penelitian yang sama di film lain, atau menganalisis film yang sama dengan cara yang berbeda.	
2.	Hubungan antara Harga Diri dan <i>Body Image</i> dengan <i>Online Self-Presentation</i> pada Pengguna Instagram Lalu Arman Rozika & Neila Ramdhani 2016	Univer sitas Gadjah Mada	Metode penelitian kuantitatif	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, terdapat beberapa kesimpulan, yakni, harga diri dan <i>body image</i> secara bersama-sama memprediksi <i>online self-presentation</i> sebesar 3,8%. Berdasarkan hasil kategorisasi ketiga variabel penelitian, subjek cenderung berada pada kelompok sedang hingga tinggi pada masing-masing variabel penelitian.	-	Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus kepada <i>online self presentation</i> yang menggunakan variabel harga diri dan <i>body image</i> pada pengguna media sosial Instagram, lalu dengan menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan penelitian peneliti menggunakan strategi <i>self presentation</i> sebagai kategori dan fokus penelitian pada karakter Anna

						Sorokin dalam serial televisi <i>Inventing Anna</i> .
3.	Hubungan Penggunaan Instagram Dengan <i>Self-Presentation</i> Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dan Universitas Pamulang) Yosa Yunita 2018	Univer sitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta	Metode penelitian kuantitatif	1. Penggunaan Instagram yang dilakukan mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dan Universitas Pamulang dapat dikatakan tinggi, dilihat dari hasil jawaban responden yang banyak memilih kategori sangat setuju atau setuju pada setiap indikator pertanyaan. Menggunakan Instagram menjadi kegiatan yang biasa dilakukan, bisa untuk mencari informasi atau hanya sekedar untuk hiburan. Pengguna Instagram melakukan interaksi melalui fitur-fitur yang sudah disediakan. Bisa melalui, like, follow, comment, dan lain sebagainya. Saat ini interaksi melalui media sosial salah satunya Instagram, sangat linggi peminatnya. Dalam penggunaan Instagram, setiap orang memiliki tujuan yang berbeda-beda, oleh karena itu bentuk komunikasinya pun berbeda	Dilihat dari hasil penelitian dan kesimpulan, dikatakan bahwa presentasi diri mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dan Universitas Pamulang. Dengan begitu, disarankan agar mahasiswa lebih memperhatikan presentasi dirinya di Instagram. Berbagai hal yang dilakukan dalam menggunakan fitur Instagram atau ekspresi yang ditunjukkan di Instagram semuanya akan menjurus pada jenis-jenis strategi presentasi diri. Media sosial sudah memberikan ruang seluas-luasnya bagi setiap individu untuk berkreasi menampilkan siapa dirinya masing-masing. Hubungan antara penggunaan Instagram dengan <i>Self-presentation</i>	Perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan konsep <i>self-presentation</i> untuk melihat hubungan dengan penggunaan media sosial Instagram pada kalangan mahasiswa. Sedangkan penelitian peneliti menggunakan konsep yang sama untuk melihat bentuk-bentuk strategi <i>self-presentation</i> , pada tokoh dalam suatu serial televisi (media massa).
				2. <i>Self-Presentation</i> atau presentasi diri		

merupakan	pada mahasiswa
pembentukan kesan	Universitas Islam
yang dilakukan	Negeri Syarif
seseorang agar	Hidayatullah
dinginkannya. Pada	Jakarta dan
hasil penelitian, di	Universitas
lihat dari	Pamulang kuat,
jawaban responden	dengan nilai
pada setiap indikator	0.743.
pertanyaan variabel	Namun
<i>self-presentation</i> ,	diharapkan pada
maka mayoritas	penelitian
responden memilih	berkutnya untuk
setuju, sehingga dapat	melihat
dikatakan bahwa	pada faktor lain
mahasiswa Universitas	dari presentasi diri
Islam Negeri Syarif	melalui Instagram
Hidayatullah Jakarta	agar menghasilkan
dan Universitas	hubungan yang
Pamulang memang	lebih kuat.
menggunakan	
Instagram sebagai	
tempat	
mempresentasikan diri.	
Mahasiswa Universitas	
Islam Negeri Syarif	
Hidayatullah Jakarta	
dan Universitas	
Pamulang ini	
melakukan presentasi	
dirinya di Instagram	
dengan memberikan	
informasi mengenai	
siapa dirinya melalui	
setiap postingan foto	
atau videonya. Mereka	
menunjukkan dirinya	
agar diakui oleh	
pengguna lain.	
Presentasi diri yang	
dilakukan setiap orang	
memiliki bentuk dan	
cara yang berbeda,	
sesuai dengan	
keinginan si pengguna	
Instagram.	

3. Hasil uji koefisien korelasi dengan menggunakan perhitungan *Product Moment* menghasilkan nilai 0,743 yang berarti hubungan antara Penggunaan Instagram dengan *Self-presentation* dikalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dan Universitas Pamulang kuat. Kemudian, hasil uji hipotesis menunjukkan nilai 10,95. lebih besar dari t tabel (1.66). Dengan begitu dalam penelitian in Ha diterima dan Ho ditolak.

Berdasarkan tabel di atas, tiga penelitian yang menjadi rujukan penelitian ini memiliki kesamaan konsep yang akan diteliti, yaitu *self-presentation*. Pada penelitian pertama, membahas tentang konstruksi identitas yang direfleksi melalui perilaku non verbal yang ada di film *Parasite*. Persamaannya adalah sama-sama membahas mengenai pengelolaan identitas, tetapi penelitian ini lebih berfokus kepada strategi *self-presentation* dari *impression management* seorang tokoh, sedangkan penelitian terdahulu berfokus kepada aspek-aspek simbolik dari suatu lingkungan sosial tertentu. Lalu untuk penelitian kedua, sama-sama berfokus pada konsep *self-presentation*, akan tetapi penelitian ini merujuk kepada *online self-presentation* terkait hubungan harga diri dan *body image* dengan pengguna media sosial Instagram melalui metode penelitian kuantitatif. Namun pada penelitian yang akan dilakukan, berfokus kepada strategi *self-presentation* dari *impression management* pada seorang tokoh dalam serial televisi. Selanjutnya pada penelitian ketiga berfokus kepada hubungan penggunaan media sosial Instagram dengan *self-presentation* pada kalangan mahasiswa. Perbedaannya adalah *self-presentation* di

sini menjadi variabel untuk mengetahui hubungan dengan penggunaan media sosial Instagram di kalangan mahasiswa, dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan pada penelitian ini, berfokus kepada bentuk-bentuk strategi *self-presentation* dari *impression management* yang dilakukan oleh seorang tokoh.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Komunikasi Massa

Komunikasi Massa diambil dari istilah Bahasa Inggris, yaitu *mass communication* atau istilah lain yang biasa disebut *mass media communication* (komunikasi media massa). Pada hakikatnya komunikasi massa merupakan komunikasi yang terjadi melalui media massa. Media yang dimaksud adalah media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), media elektronik (televisi, radio), buku, dan film. Jika mengartikan komunikasi massa dalam ranah ilmu, bisa disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan. Media massa akan mencoba meraih seorang pembaca, pendengar, atau penonton yang dimana efeknya akan dirasakan oleh *audiens* tersebut. Media massa tersebut dihasilkan oleh teknologi modern, karena perlu ditekankan media yang dimaksud adalah bukan media tradisional (Nurudin, 2015).

1. Pesan Dalam Komunikasi Massa

Pesan-pesan dalam komunikasi massa tidak ditujukan hanya kepada satu orang atau suatu kelompok masyarakat tertentu. Informasi yang disampaikan melalui media massa bersifat umum atau publik, karena ditujukan untuk publik dan memperhatikan kepentingan umum. Oleh karena itu, pesan dalam komunikasi massa tidak boleh bersifat khusus, yang merujuk kepada golongan tertentu. Hal ini mengartikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa dapat dikonsumsi oleh siapa saja (Nurudin, 2015).

Pesan merupakan istilah yang dapat diartikan sebagai suatu nasihat, permintaan, dan amanat yang dilakukan atau disampaikan kepada orang lain (Depdiknas, 2008). Secara etimologis, moral berasal dari kata *mos* dalam bahasa

latin, dan bentuk jamak *mores*, berarti adat istiadat. Moral adalah kepercayaan pada benar atau salah, baik atau buruk yang berdasarkan kesepakatan sosial atau agama, yang didasari oleh pemikiran dan tindakan (Abudin dalam Leliana, 2021).

Penjelasan di atas menjelaskan bahwa moral mengacu pada akhlak yang sesuai dengan peraturan sosial atau hukum atau adat istiadat yang berlaku di lingkungan masyarakat dan untuk mempengaruhi perilaku seseorang. Pesan moral dalam cerita pada film biasanya menjadi acuan saran terkait dengan ajaran moral praktis tertentu, dapat dijelaskan melalui cerita atau film yang cukup *relate* dengan penonton terkait dengan masalah kehidupan, seperti sikap, perilaku dan tata karma dalam pergaulan (Sartika, 2014). Sehingga pesan moral dapat diartikan sebagai informasi atau nasehat yang di dalamnya terkandung nilai-nilai, etika dan norma yang diyakini bermanfaat bagi masyarakat mengenai baik buruknya perilaku dan perbuatan seseorang.

- Peneliti menggunakan konsep komunikasi massa dikarenakan memiliki hubungan dengan penyampaian pesan kepada khalayak. Selain itu juga salah satu sarana pendidikan bagi masyarakat luas sesuai dengan serial televisi *Inventing Anna* yang menjadi pembelajaran tentang *self-presentation*. Terlebih lagi *Inventing Anna* merupakan serial televisi berdasarkan kisah nyata dari sosok Anna Sorokin, dengan pesan komunikasi massa yang dapat dikonsumsi oleh publik.

2.2.2. Film

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, film adalah selaput tipis yang terbuat dari seluloid yang ditempatkan di gambar negatif (untuk foto) atau gambar positif (untuk diputar di bioskop). Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang perfilman dalam bab pertama "Ketentuan Umum" pasal 1, film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan. Film menjadi sebuah medium yang cukup berpengaruh untuk menjadi komunikator pesan bagi masyarakat luas yang dimana beberapa film tersebut banyak yang merujuk kepada realitas sosial yang ada di kehidupan sehari-hari.

1. Struktur Film

Dalam membuat sebuah film, pastinya memiliki unsur-unsur yang dapat membentuk satu kesatuan alur cerita dari film tersebut. Struktur yang dimaksud terdiri dari *shot*, *scene*, dan *sequence* (Pratista dalam Riyanti, 2019).

a. *Shot*

Shot merupakan satu rangkaian gambar secara utuh yang diambil dari suatu *angle* pengambilan gambar yang belum masuk ketahap *editing*. *Shot* merupakan elemen terkecil dalam suatu struktur film.

b. *Scene*

Scene merupakan satu adegan pendek yang menggambarkan aksi dari seorang aktor. Gambar dalam *scene* yang dimaksud memiliki keterikatan dengan ruang, waktu, cerita, tema, dan motif. Jadi, *scene* adalah gabungan dari beberapa *shot* yang saling berkesinambungan dan membentuk satu adegan dalam cerita.

c. *Sequence*

Sequence merupakan segmentasi dengan skala besar yang menggambarkan peristiwa secara utuh dalam film tersebut. Satu *sequence* yang dimaksud terdiri dari gabungan beberapa *scene* yang saling berkaitan. Setiap *sequence* dalam film dikelompokkan berdasarkan satu waktu, lokasi, atau rangkaian aksi yang akan membentuk satu peristiwa, seperti pengenalan, konflik, dan penyelesaian.

2. Fungsi Film

Menurut Effendy (dalam Ardianto, 2017) tujuan seseorang menonton film yang paling utama adalah keinginan untuk mendapatkan suatu hiburan. Walaupun begitu, dalam sebuah film dapat memiliki fungsi informatif, edukatif, dan juga persuasif. Seringkali ditemukan fungsi film yang diproduksi, seperti fungsi informasional dapat ditemukan di film berita, fungsi instruksional bisa dilihat di film pendidikan, fungsi persuasif di dalam film dokumenter, dan fungsi hiburan dapat ditemukan dalam jenis film cerita. Seperti kita ketahui dan ingat bahwa setiap film mengandung unsur hiburan. Film informatif, instruksional dan persuasif berisi

pesan yang juga memungkinkan fungsi tersebut dilakukan untuk memberikan kesenangan atau hiburan kepada penonton (Mudjiono, 2011).

3. Film Sebagai Komunikasi Media Massa

Media massa menjadi sarana untuk mendukung proses komunikasi massa. Oleh karena itu kebutuhan akan media massa tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sosial, karena proses komunikasi massa membutuhkan bantuan saluran atau media itu sendiri, yaitu alat yang digunakan sebagai sumber komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada audiens. Film sebagai media komunikasi massa adalah media komunikasi populer yang bertujuan untuk menyebarkan informasi yang dapat diterima dalam waktu bersamaan, lebih mudah diterima oleh penonton karena proses penyampaian pesan melalui audiovisual yang menarik. Film sebagai media massa memiliki kelebihan, antara lain cakupan pengaruh, realitas, pengaruh emosional, dan popularitas. Sebagai salah satu bentuk media massa dipercaya bahwa film memiliki dampak psikologis terbesar bagi penontonnya (Aldita, 2014). Jadi, sangat wajar jika penonton dengan sendirinya akan terpengaruh oleh pesan dari film yang ditonton, terkait emosi dan tingkah laku mereka.

Dari pernyataan di atas, Peneliti dapat menyimpulkan bahwa film merupakan media massa yang merefleksikan suatu realitas fenomena sosial yang ada di kehidupan. Salah satu fenomena yang diangkat menjadi film adalah adaptasi kisah nyata dari seorang tokoh, contohnya film seri *Inventing Anna*.

2.2.3. Serial TV

Serial televisi merupakan suatu bentuk lain dari film yang memiliki cerita dengan konsep waktu yang lebih lama daripada film pada umumnya. Oleh karena itu, serial memiliki season dan episode untuk menempatkan bagian-bagian cerita yang cocok pada saat sudah ditayangkan (Riandi, 2022). Karena pada dasarnya, serial meliputi rangkaian cerita satu kesatuan dimana satu cerita saling berkaitan. Sehingga jika ada bagian yang tidak kita ikuti akan membuat kita kesulitan memahami cerita selanjutnya. Sekarang ini, banyak aplikasi yang menyediakan serial sebagai sarana komunikasi kepada para penontonnya. Misalnya, seperti yang

masayarakat luas ketahui yaitu *platform* terkenal yang menyediakan serial adalah Netflix, Disney+ Hotstar, HBO GO, dan lain sebagainya.

Terdapat serial terbatas atau *limited series* yang merupakan serial televisi yang hanya memiliki satu season saja dan berfokus pada satu cerita, sedangkan serial televisi pada umumnya dapat menayangkan beberapa season. Serial terbatas biasanya memiliki 6 sampai 12 episode (Yordania, 2022). Contohnya adalah *Inventing Anna* merupakan serial terbatas dari Netflix yang berfokus menceritakan kisah Anna Sorokin dengan 9 episode. Serial *Inventing Anna* merupakan serial terbatas (*limited series*) yang secara garis besar menceritakan tokoh berdasarkan kisah nyata.

Adapun terdapat perbedaan dengan serial televisi yang berbasis fiksi dan berdasarkan kisah nyata, yang cukup menjadi *highlight* dari judul penelitian ini. Film atau serial televisi berbasis fiksi menampilkan cerita fiktif hasil imajinasi sineas yang disajikan diluar dari kisah nyata. Sedangkan film atau serial televisi yang berdasarkan kisah nyata mengambil alur cerita yang memiliki keterikatan dari suatu fenomena sosial yang benar-benar terjadi dalam kehidupan nyata. Akan tetapi dalam sebuah karya film atau serial televisi, terdapat beberapa klasifikasi yang biasanya ditampilkan sebelum film tersebut dimulai, yaitu *based on a true story* dan *inspired by true events*.

Film atau serial televisi yang menggunakan label *based on a true story* menjelaskan lebih akurat sesuai dengan peristiwa yang terjadi di kehidupan nyata, seperti film *Bohemian Rhapsody*. Sedangkan film atau serial televisi yang menggunakan label *inspired by true events* menyajikan cerita yang berlandaskan kejadian atau fenomena sebenarnya, akan tetapi terdapat beberapa modifikasi tertentu untuk membuat film menjadi lebih menarik (Tham, 2019). Jika dilihat dalam konteks tersebut, serial televisi *Inventing Anna* memiliki label "*the whole story is completely true, except for the parts that are completely made up*" yang mengartikan keseluruhan cerita sepenuhnya benar, kecuali terdapat bagian-bagian yang dibuat-buat. Kesimpulannya, serial televisi *Inventing Anna* termasuk kedalam *inspired by true events*, karena dalam cerita memang terdapat bagian-bagian yang dimodifikasi oleh Produser untuk membuatnya menjadi lebih menarik, misalnya

Jurnalis yang meliput kasus Anna Sorokin di kehidupan nyata bernama Jessica Pressler, sedangkan dalam cerita diubah nama nya menjadi Vivian Kent.

Pengemasan dalam serial *Inventing Anna* yang merupakan serial televisi dengan kategori *inspired by true events* adalah fokus adaptasi kisah nyata dari sosok fenomenal “Anna Sorokin” yang kisah hidupnya diangkat menjadi serial drama. Oleh karena itu, terdapat perjanjian tertentu dengan Anna Sorokin dan *publisher* dari serial ini, yaitu Netflix. Dalam perjanjian tersebut, Netflix membayar sekitar \$320.000 dollar kepada Anna Sorokin sebagai hak konfirmasi menjadikan kisah hidupnya yang diadaptasi ke dalam sebuah cerita pada serial televisi (Gibson, 2023). Namun, Produser dari *Inventing Anna*, yaitu Shonda Rimes memodifikasi sedikit dari beberapa bagian dalam serial televisi tersebut, walaupun cerita yang diangkat berdasarkan kisah nyata dari Anna Sorokin dan artikel yang ditulis oleh Jessica Pressler yang berjudul “*How Anna Delvey Tricked New York’s Party People*”.

2.2.4. Penokohan Dalam Film

Dalam sebuah film pastinya memiliki unsur di dalamnya, salah satunya yaitu unsur naratif. Unsur naratif memiliki keterkaitan dengan cerita atau tema yang terdiri dari beberapa elemen pada film, seperti tokoh, latar cerita/plot, alur, konflik, dan lainnya. Salah satu elemen yang penting adalah tokoh karena memiliki peran dalam menyampaikan cerita dari film tersebut. Tokoh adalah sekumpulan orang yang ditampilkan dalam suatu aksi, lalu mengekspresikan dengan ucapan dan dilakukan melalui tindakan. Sedangkan penokohan adalah gambaran yang jelas terkait tokoh yang ditampilkan dalam cerita di film tersebut (Nurgiyantoro, 2015). Tokoh dibagi menjadi dua, antara lain:

1. Tokoh Utama

Tokoh utama adalah tokoh yang sering muncul dan memiliki peran sebagai penggerak alur cerita sehingga mendominasi sebagian besar dari cerita tersebut. Tokoh utama hadir dalam setiap kejadian dalam cerita, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam konteks, seperti dalam suatu *scene* tidak

menampilkan tokoh utama, akan tetapi kejadian tersebut berkaitan dengan tokoh utama. Tokoh utama dalam sebuah film tidak harus hanya satu orang, bisa lebih tetapi merujuk ke keutamaan yang berbeda (Nurgiyantoro, 2015).

Menurut Fajri (2021), karakter tokoh dibedakan menjadi tiga, yaitu protagonis, antagonis, dan tritagonis.

a. Protagonis

Tokoh protagonis adalah tokoh yang biasanya selalu mengutamakan kebenaran dan kejujuran dalam cerita. Tokoh protagonis biasanya juga memiliki sifat baik.

b. Antagonis

Tokoh antagonis adalah tokoh yang biasanya melawan tokoh protagonis sehingga memunculkan konflik dalam cerita.

c. Tritagonis

- Tokoh tritagonis adalah tokoh pembantu yang biasanya menjadi teman tokoh protagonis dan membantu penyelesaian konflik dalam cerita.

2. Tokoh Tambahan

Tokoh tambahan tidak sering muncul dalam sebuah cerita, yang dimana dimunculkan hanya beberapa kali atau bahkan satu kali. Kehadiran tokoh tambahan berkaitan dengan tokoh utama, baik secara langsung maupun tidak langsung. Disaat tokoh tambahan ditampilkan walaupun tidak ada tokoh utama, pastinya kehadiran tersebut memiliki keterkaitan dengan tokoh utama (Nurgiyantoro, 2015).

Melalui pernyataan di atas, Peneliti menyimpulkan bahwa tokoh dalam tayangan berperan sebagai penggerak cerita. Peneliti menggunakan penokohan dalam film karena fokus pada penelitian ini adalah salah satu tokoh utama dan adaptasi kisah nyata dari serial *Inventing Anna*, yaitu Anna Sorokin.

2.2.5. Dramaturgi

Konsep Dramaturgi dikemukakan oleh salah satu tokoh sosiologi, yaitu Erving Goffman. Salah satu karya Erving Goffman yang mencetuskan konsep Dramaturgi adalah bukunya yang berjudul "*The Presentation of Self Everyday in*

Life” pada tahun 1956. Konsep besar dari Dramaturgi menjelaskan bahwa interaksi sosial dimaknai sama seperti pertunjukan teater atau drama di atas panggung.

Menurut Goffman, manusia merupakan representasi dari seorang aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui “pertunjukan dramanya sendiri”. Untuk mencapai tujuan tersebut, menurut konsep dramaturgis, manusia akan mengembangkan perilaku yang mendukung peran mereka. Dalam konteks dramaturgi ini, identitas manusia merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri dan bersifat tidak stabil yang bisa berubah tergantung interaksi yang dilakukan dengan orang lain (Ulfah dalam Amelia, 2022).

Seperti pertunjukan drama, seorang aktor drama kehidupan juga harus mempersiapkan perlengkapan untuk pertunjukan (interaksi sosial). Perlengkapan yang dimaksud adalah seperti *setting* atau latar tempat, kostum, penggunaan kata (dialog), dan tindakan non verbal lainnya. Hal tersebut bertujuan untuk menciptakan kesan yang baik dan sesuai pada lawan interaksi mereka.

Dramaturgi menjelaskan bahwa manusia adalah produk sosial yang dimana memperkenalkan konsep yang berpengaruh terhadap proses pengelolaan kesan. Goffman berasumsi bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain (Anindhita, 2018). Dengan cara menggunakan teknik oleh aktor dalam membuat kesan tertentu pada situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu melalui *self-presentation*. Manusia belajar untuk memaknai berbagai peran dan mengasumsikan identitas yang relevan dengan peran-peran tersebut, seperti terlibat dalam suatu kegiatan untuk menunjukkan kepada apa dan siapa.

Dramaturgi berfokus kepada dimensi ekspresif atau impresif pada kegiatan berperilaku yang dilakukan oleh manusia. Hal ini mengartikan bahwa setiap aktivitas yang dilakukan oleh seseorang, pastinya terdapat cara untuk mengekspresikan diri atau mengungkapkan apa yang dirasakan pada saat interaksi dengan lawan yang ekspresif (Mulyana dalam Amelia, 2022). Inti dari konsep Dramaturgi adalah pandangan terhadap bagaimana seseorang melakukan interaksi, melahirkan dan mengelola citra, serta membangun kesan kepada orang lain (audiens).

Menurut Goffman, kehidupan merupakan filosofi bagaikan panggung pementasan. Manusia menciptakan kesan dalam kehidupan sosial melalui impression management. Kehidupan yang dimaksud dibagi menjadi dua bagian, yaitu *front stage* dan *back stage* (Goffman dalam Anindhita, 2018).

1. *Front Stage* (Panggung Depan)

Front stage adalah istilah yang merujuk kepada peristiwa sosial yang menunjukkan bahwa individu dapat bergaya dan menampilkan peran formalnya. Seorang aktor menampilkan suatu peran atau citra diri yang dapat dilihat oleh audiens atau khalayak di depan panggung atau kehidupan sosial. Goffman membagi front stage menjadi *personal front* dan *setting*.

a. *Personal Front* (Pribadi Depan)

- Personal front adalah segala macam alat pelengkap yang dibawa aktor pada saat pementasan. *Personal front* juga mencakup bahasa verbal dan non verbal dari aktor tersebut. Dalam personal front terdapat appearance dan manner.

Appearance (penampilan) adalah berbagai jenis barang yang digunakan oleh aktor yang akan memainkan suatu peran kepada audiens, seperti pakaian, aksesoris, dan atribut lainnya yang merupakan komunikasi non verbal dari aktor tersebut. *Manner* (gaya) adalah bagaimana seorang aktor mengenalkan suatu peran kepada audiens, peran apa yang dimainkan dan apakah sesuai dengan situasi tertentu.

b. *Setting* (Tata Ruang)

Setting adalah situasi fisik atau tempat yang harus ada ketika aktor melakukan pertunjukan. Jika tidak ada setting, seorang aktor tidak dapat memainkan perannya, karena setting menjadi tempat untuk aktor berperan.

2. *Back Stage* (Panggung Belakang)

Back stage adalah istilah yang merujuk kepada tempat pemain sandiwara bersantai dan peristiwa yang memungkinkannya aktor mempersiapkan dan berlatih perannya di *front stage*. Dalam *back stage* ini, terdapat banyak hal-hal yang tidak bisa dilihat saat seorang aktor berada pada *front stage*. Dalam konteks pertunjukan, panggung belakang biasanya berbatasan dengan panggung depan dan tersembunyi dari pandangan audiens. Hal ini dapat dikatakan bahwa *back stage* adalah citra diri sebenarnya dari aktor tersebut yang tidak diketahui oleh banyak orang atau audiens.

Peneliti menggunakan konsep Dramaturgi karena sangat berkaitan dengan realitas sosial yang ada di masyarakat, bagaimana manusia menampilkan citra diri mereka di lingkungan sosial. Hal ini juga berkaitan dengan media yang dipilih oleh Peneliti, yaitu serial televisi *Inventing Anna* terkait bagaimana sosok Anna Sorokin menampilkan citra diri atau identitasnya di lingkungan sosial.

2.2.6. Teori *Self-Presentation*

Teori *Self-Presentation* (presentasi diri) dikemukakan oleh Jones dan Pittman pada tahun 1982. Teori ini merupakan penerus dari Teori Dramaturgi oleh Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul "*The Presentation of Self in Everyday Life*" pada tahun 1956. Teori presentasi diri didasarkan pada asumsi bahwa seseorang yang menyajikan seperangkat perilaku yang koheren selama interaksi akan mengarahkan orang lain untuk memastikan jenis atribusi tentang orang tersebut (Littlejohn, 2009). Manusia akan dengan sengaja melakukan strategi tertentu agar dapat membangun kesan (*impression management*) dan pengalaman diri pada orang lain.

Goffman (dalam Amelia, 2022) mengatakan bahwa ekspresi diri adalah aktivitas yang dilakukan oleh manusia untuk mengidentifikasi situasi dan identitas sosial, dengan tujuan memberikan pengaruh terhadap suatu interaksi, baik yang sesuai maupun tidak pada keadaan yang ada. Berdasarkan konsep besar dari Dramaturgi, manusia adalah aktor dalam panggung kehidupan dengan setting yang sudah ditentukan. Hal tersebut bertujuan untuk menciptakan kesan yang baik dan mengekspresikan jati diri yang sebenarnya pada lawan interaksi mereka dalam

panggung kehidupan tersebut. Oleh karena itu, interaksi sosial yang terjadi pada panggung depan (*front stage*), setiap aktor (manusia) memiliki strategi masing-masing yang bertujuan untuk menyampaikan kesan yang baik kepada audiensnya dengan berbagai cara agar terlihat baik dan sempurna didepan orang lain (Feldman dalam Amelia, 2022). Menurut Goffman, presentasi diri memudahkan kita untuk mendapatkan apa yang kita inginkan, dan membentuk citra diri yang sesuai dengan keinginan kita.

Dalam sebuah jurnal penelitian terkait Teori *Self-Presentation* oleh Rozika dan Ramdhani (2016), terdapat strategi seseorang dalam melakukan presentasi diri di kehidupan sosialnya menurut Jones dan Pittman, yaitu *ingratiation*, *self promotion*, *exemplification*, *intimidation*, dan *supplication*.

1. *Ingratiation*

- Strategi yang bertujuan untuk membuat seseorang disukai dan tampak menarik di hadapan orang lain. Dalam strategi ini, seseorang akan melihat apa saja yang disukai oleh audiens dan memunculkan citra atau *image* tersebut pada dirinya. Contohnya memuji diri sendiri dan orang lain, memberi hadiah, dan menutupi kelemahan serta menunjukkan kelebihan yang dimiliki.

2. *Self Promotion*

Strategi yang menunjukkan citra diri seseorang yang memiliki kompetensi. Seseorang akan lebih menjelaskan tentang dirinya, khususnya terkait dengan kemampuannya secara deskriptif. Hal ini dilakukan agar orang tersebut yakin terhadap kemampuannya sendiri.

3. *Exemplification*

Strategi ini dilakukan agar seseorang berkeinginan untuk dihormati yang memiliki moralitas dan integritas tinggi. Strategi ini juga digunakan untuk menunjukkan citra yang jujur, suka membantu, disiplin, dan rela berkorban.

4. *Intimidation*

Strategi ini dilakukan jika seseorang ingin menunjukkan citra diri sebagai sosok yang ditakuti. Tujuannya adalah untuk menciptakan kredibilitas yang meningkatkan kemungkinan audiens dapat menuruti keinginannya, seperti menunjukkan kekayaan, kekuasaan, ancaman, dan kemarahan.

5. *Supplication*

Strategi ini dilakukan dengan cara menunjukkan ketergantungan dan kelemahan diri sendiri agar orang lain dapat merasa simpati dan memberikan bantuan kepada mereka. Dengan cara menunjukkan diri sebagai orang yang lemah dan membutuhkan bantuan orang lain.

Peneliti menggunakan teori *self-presentation* dan strategi presentasi diri karena sangat berkaitan dengan realitas sosial yang ada di masyarakat, bagaimana manusia menampilkan citra diri mereka di lingkungan sosial. Lalu terkait dengan fokus penelitian, Peneliti ingin melihat bagaimana bentuk strategi presentasi diri yang diimplementasikan oleh tokoh Anna Sorokin dalam serial televisi *Inventing Anna*.

Tabel 2.2. Strategi dan Indikator *Self-Presentation*

No	Strategi	Kesan	Risiko (kesan negatif)	Emosi	Tindakan
1.	<i>Ingratiation</i>	Disukai	Penjilat, konformis, patuh (merendahkan diri)	Rasa sayang	<i>Favor, enhancement, opinion conformities, self-characterization</i>
2.	<i>Self Promotion</i>	Kompeten, efektif, pemenang	Curang, tersembunyi, defensif	Rasa hormat (kagum)	<i>Performance claims, performance accounts, performance</i>
3.	<i>Exemplification</i>	Layak, mau berjuang, dedikasi	Munafik, tidak berdampak, sombong, defensif, eksploitatif	Rasa bersalah (malu)	<i>Self Denial, Helping, Militancy for cause</i>

4.	<i>Intimidation</i>	Berbahaya, kejam, tidak stabil	Pelagak (gaya memaksa), plin-plan (labil), tidak efektif (tidak berguna)	Rasa takut		<i>Threats, Anger, breakdown</i> (baru dimulai)
5.	<i>Supplication</i>	Tidak tertolong, tidak beruntung, lemah, cacat, berkekurangan	Malas, banyak menuntut, menyusahkan, distigmatisasi	Rasa iba (keinginan untuk membantu, pengasuhan)		<i>Self deprecation, entreaties for help</i>

Sumber: Jones & Pittman, 1982

2.2.7. Komunikasi Verbal dan Non Verbal dalam *Self-Presentation*

Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang disampaikan dalam bentuk kata-kata oleh komunikator kepada komunikan secara tertulis atau lisan. Komunikasi verbal dapat berlangsung secara tatap muka dan juga melalui media, seperti telepon dan media sosial. Dalam komunikasi verbal, terdapat simbol yang didalamnya terdapat makna dari pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator. Kata adalah simbol yang bersifat dinamis, ambigu, dan merupakan representasi abstrak dari sebuah fenomena (Wood, 2013). Bahasa juga dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol agar komunikasi verbal dapat digunakan dan dipahami oleh suatu kelompok sosial (Kusumawati, 2016).

Menurut Jalaludin Rakhmat dalam (Kusumawati, 2016), bahasa didefinisikan dalam bentuk fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa adalah alat yang dimiliki bersama untuk menyampaikan suatu gagasan, karena dapat dipahami apabila ada kesepakatan antar anggota kelompok sosial. Secara formal, bahasa adalah semua kalimat yang terbayangkan dan dapat dibuat menurut peraturan tatabahasa.

Komunikasi non verbal adalah semua aspek komunikasi selain kata-kata itu sendiri, yang dimana dapat mencakup beberapa hal, yaitu bagaimana seorang komunikator mengeluarkan kata-kata, seperti intonasi dan volume. Lalu, faktor dari lingkungan yang dapat mempengaruhi komunikasi, seperti cahaya dan temperatur. Kemudian, faktor dari objek yang mempengaruhi citra personal dan pola interaksi,

seperti pakaian dan perhiasan (Wood, 2013). Secara umum, komunikasi non verbal memiliki suatu keunikan yang dimana berfungsi sebagai pelengkap dari komunikasi verbal. Menurut Alfred Schutz, komunikasi non verbal digunakan untuk menggambarkan serta menyampaikan pesan diluar kata yang tertulis dan terucap, walaupun tidak terdapat kesepakatan antara komunikator dengan komunikan terkait komunikasi non verbal tersebut, yang berbentuk seperti ekspresi, isyarat, pandangan mata, wajah, gerakan tubuh, bahasa tubuh, postur, sentuhan, pakaian, suara, dan juga waktu (Pratama, 2022).

Pada dasarnya, komunikasi non verbal lebih banyak dipakai di kehidupan sehari-hari daripada komunikasi verbal, karena setiap manusia yang berkomunikasi mengikutsertakan komunikasi non verbal secara otomatis. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi non verbal akan selalu ada dan bersifat lebih jujur, serta spontan dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan (Kusumawati, 2016).

1. Fungsi Komunikasi Verbal

Menurut Cassandra L. Book (dalam Mustofa, 2021), dalam suatu komunikasi verbal, bahasa harus memiliki tiga fungsi, yaitu:

- a. Bahasa dapat mempengaruhi pergaulan dan kesenangan, melalui bahasa kita dapat berhubungan dengan orang lain.
- b. Bahasa dapat memungkinkan kita untuk hidup lebih teratur, lebih mengenal diri sendiri, dan mengetahui tujuan kita.
- c. Bahasa dapat membuat kita lebih mengenal dunia. Dengan bahasa kita dapat mempelajari hal-hal yang kita minati.

2. Fungsi Komunikasi Non Verbal

Menurut Mark L. Knapp (dalam Kusumawati, 2016), menyebutkan lima fungsi dari pesan non verbal, di antaranya:

a. Repetisi

Fungsi ini sebagai pengulangan kembali dari kalimat yang sudah dikomunikasikan secara verbal dengan menggunakan tindakan non verbal.

b. Substitusi

Fungsi ini untuk menggantikan kalimat yang digunakan secara verbal, dengan simbol dan tindakan non verbal tertentu.

c. Komplemen

Fungsi ini untuk memperkaya dan melengkapi makna pesan non verbal itu sendiri. Pesan verbal dan non verbal saling menambahkan makna satu sama lain.

d. Aksentuasi

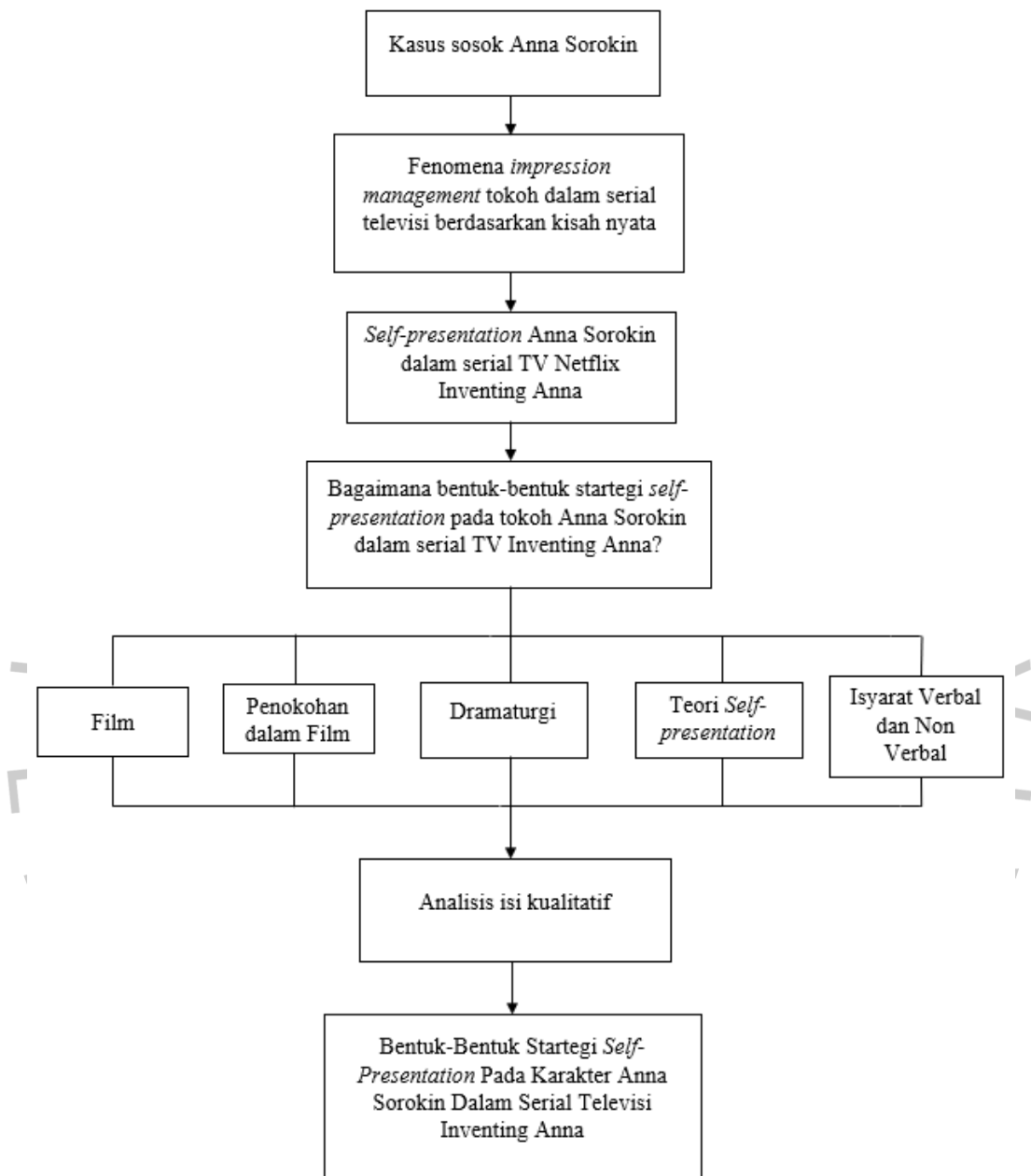
Fungsi ini untuk menegaskan dan memperkuat pesan verbal dengan menggunakan isyarat non verbal, seperti gerakan tangan dan intonasi.

e. Kontradiksi

Fungsi ini untuk menolak pesan verbal atau memberi makna yang lain terkait pesan verbal tersebut. Disini pesan verbal dan non verbal saling bertentangan. Jika pesan verbal mencerminkan satu makna, tetapi pesan non verbal

Peneliti menggunakan konsep komunikasi verbal dan non verbal sebagai petunjuk yang dapat membantu memilih *scene* pada televisi *Inventing Anna* terkait strategi *self-presentation* oleh tokoh Anna Sorokin.

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambar di atas, kerangka berpikir dalam penelitian ini dilatar belakangi oleh kasus dari sosok Anna Sorokin yang melakukan penipuan terkait uang yang jumlahnya sangat banyak, sehingga dia dipenjara dan kisahnya diangkat dalam sebuah serial televisi. Hal tersebut merupakan suatu fenomena, yaitu *impression management* tokoh dalam serial televisi berbasis kisah nyata. Lalu

dilanjutkan dengan perkembangan konsep dari *impression management* itu sendiri, yaitu *self-presentation* karakter Anna Sorokin dalam serial televisi *Inventing Anna*, dan dilanjutkan dengan rumusan masalah dari penelitian ini, yakni “bagaimana bentuk-bentuk strategi *self-presentation* pada tokoh Anna Sorokin dalam serial *Inventing Anna*”. Konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah film, penokohan dalam film, dramaturgi, *self-presentation*, serta isyarat verbal dan/atau non verbal, yang dimana menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis isi. Sehingga diakhiri dengan hasil penelitian ini, yaitu “Bentuk-Bentuk Strategi *Self-Presentation* Pada Karakter Anna Sorokin Dalam Serial Televisi *Inventing Anna*”.