

**PRESENTASI DIRI DAN SIKAP *HOST* VECTROID TERHADAP PELANGGAR LALU LINTAS  
(STUDI DRAMATURGI *HOST* PADA VIDEO EKSPERIMEN SOSIAL VERSI *ZEBRA CROSS*)**

**SELF PRESENTATION AND HOSTED VECTROID ATTITUDE TOWARDS TRAFFIC OFFENDERS  
(DRAMATURGY STUDIES *HOST* OF SOCIAL EXPERIMENT *ZEBRA CROSS* VERSION)**

Avia Andiani<sup>1</sup>, Rana Akbari Fitriawan, S.Sos., M.Si<sup>2</sup>, Asaas Putra, S.Sos., M.I.kom<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>2</sup>Dosen Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>3</sup>Dosen Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[lookavia@gmail.com](mailto:lookavia@gmail.com), <sup>2</sup>[ranaakbarifitriawan@gmail.com](mailto:ranaakbarifitriawan@gmail.com), <sup>3</sup>[Asaasputra@gmail.com](mailto:Asaasputra@gmail.com)

---

Abstrak

Youtube merupakan salah satu situs berbagi video yang memiliki pengguna hampir sepertiga internet yakni lebih dari satu miliar. Dalam situs ini, penggunanya bisa mengunggah video, menontonnya, mengunduh, serta berlangganan video video menarik. Selain itu, situs ini juga memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dalam kolom komen yang tertera dibawah video. Latar belakang penelitian ini berhubungan dengan sikap yang dibawakan *host* dalam video sosial eksperimen versi *zebra cross* yang dimiliki oleh VectroID, dimana sikap yang ditunjukkan tersebut merupakan sikap yang memancing emosi dan beberapa kali terjadi perlawanan di dalamnya. Penelitian ini difokuskan pada motif dari sikap *host* VectroID terhadap pelanggar lalu lintas dalam video sosial eksperimen versi *zebra cross* berdasarkan Dramaturgi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana sikap *Host* di panggung depan, belakang dan presentasi diri dalam video sosial eksperimen versi *zebra cross*. Metode Penelitian yang digunakan adalah kualitatif dramaturgi dengan paradigma konstruktivisme. Berdasarkan hasil penelitian, sikap *host* di panggung depan merupakan bagian yang sudah dikonsepsikan guna mendapatkan perhatian dari penonton dan dapat memberikan dampak untuk yang menontonnya. Sikap *host* di panggung belakang merupakan bagian dari penyusunan konsep guna menyadarkan para pengendara bahwa terdapat hak pejalan kaki di *zebra cross* dan membuat video tersebut tidak membosankan. Presentasi diri yang ditunjukkan oleh *host* adalah penggunaan sikap yang memancing emosi dilakukan untuk mendapatkan kepatuhan, namun kenyataan yang terjadi pesan yang ingin diberikan tidak sampai kepada para pelanggar yang berinteraksi dengan *host*.

Kata Kunci: Presentasi Diri, Sikap, *Host*, Dramaturgi

---

Abstract

Youtube is a video sharing website that have almost a third of the Internet users at over one billion. In this website, users can be upload video, watch it, download, and subscribes. In addition, the site also allows users to interact in the comments column listed below the video. Background of this research relates to the attitude that brought the hosts within a social experiment version of zebra cross which is owned by VectroID, where the attitude shown such an attitude that stir emotions and resistance has occurred several times. This research focused on the motives of the host VectroID attitude towards traffic offenders in social experiment zebra cross version by dramaturgy. The purpose of this research to find out how the attitude of host in front stage, rear, and self presentation in video social experiment

zebra cross version. The research method used was dramaturgy qualitative with constructivism. Based on the result, the attitude of the hosts in front of the stage is the part that has been drafted in order to get the attention of the audience and can give impact to the watch. The attitude of the hosts at the rear stage is part of the preparation of the concept in order to sensitize the rider that there are rights of pedestrians in zebra cross and make the videos aren't boring. Self presentation shown by the hosts was the use of emotive gesture made to obtain compliance, but the way it is a message to be given isn't up to the rider who interact with the host.

Keyword: Self Presentation, Attitude, Host, Dramaturgy

---

## 1. Pendahuluan

YouTube adalah salah satu *website* video *sharing* yang memiliki pengguna lebih dari satu miliar – hampir sepertiga dari pengguna internet, dimana penggunanya dapat mengunggah, menonton langsung, serta berbagi video satu sama lain. Ketika seseorang menjadi anggota Youtube, Youtube memberikan satu *channel* personal kepadanya (Herwibowo, 2008: 3). Salah satunya adalah *channel* VectroID yang dimiliki oleh komunitas film VectroID. Dalam *channel* youtubanya, terdapat video sosial eksperimen perdana yang sudah ditonton sebanyak 1.056.756 kali (diakses pada 9 Maret 2016 pukul 08.09). Video tersebut menggunakan sikap yang memancing emosi untuk mendapatkan kepatuhan. Oleh karena itu terdapat pengendara motor yang melawan dan protes akan sikap yang ditunjukkan. Sikap yang ditunjukkan oleh *host* membuat peneliti tertarik untuk meneliti presentasi diri sikap *host* VectroID terhadap pelanggaran lalu lintas dengan menggunakan studi dramaturgi.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1. Komunikasi

Carl I. Hovland mendefinisikan bahwa komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunika) (Mulyana, 2007: 46). Sebagaimana dikemukakan John R. Wenburg dan William W. Wilmot juga Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, setidaknya ada tiga kerangka pemahaman mengenai komunikasi, yakni komunikasi sebagai tindakan satu-arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi. (ibid)

#### 2.1.1. Komunikasi Interpersonal

Dalam bukunya, (Devito, 2011: 252) membahas tiga pendekatan utama sesuai dengan definisi para ahli teori komunikasi (Bochner, 1978; Cappella, 1987; Miller, 1990). Di antaranya definisi berdasarkan komponen (ditinjau dari penyampaian pesan, dampak, dan memberikan umpan baik), Hubungan diadik (berlangsung diantara dua orang yang mempunyai hubungan jelas), dan pengembangan (akhir dari perkembangan dari bersifat tak pribadi menjadi pribadi)

#### 2.1.2. Faktor-Faktor Personal yang Mempengaruhi Perilaku Manusia

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan faktor sosiopsikologis dimana di dalamnya terdapat sikap dalam komponen afektif.

##### a. Sikap

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap (Jalaludin, 2013: 39). Sikap terdiri atas tiga komponen, yakni komponen kognisi, yang berhubungan dengan *belief*, ide pemahaman dan konsep; komponen afeksi yang menyangkut kehidupan emosi dan perasaan seseorang; komponen konasi yang merupakan kecenderungan bertingkah laku (Suranto, 2011: 112).

### 2.2. Fungsi Komunikasi

Ada pun beberapa fungsi yang melekat dalam proses komunikasi, diantaranya (Suryanto, 2015: 28).

- a. Informasi, pengumpulan, dan penyimpanan yang dibutuhkan agar dapat dimengerti sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat

- b. Penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif.
- c. Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek atau pun jangka panjang, mendorong orang untuk menentukan pilihan dan keinginannya.

### 2.3. Unsur-Unsur Komunikasi

Berdasarkan definisi Laswell, dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu: Sumber (*Source*), Pesan (*Message*), Saluran atau media, Penerima (*Receiver*), Efek (*Effect*) (Mulyana, 2007: 69-71).

#### 2.3.1. Lingkungan Media Komunikasi Baru

Istilah media konvergen digunakan dalam arti bergabungnya layanan yang dahulu terpisah, termasuk internet, televisi, kabel, dan telepon (Severin dan Tankard, Jr, 2007: 5-7)

##### a. Televisi Digital

Menurut laporan Sam's Digital TV, Televisi digital adalah sebuah system yang mengirimkan sinyal televisi dalam bentuk *bit* dan bukan sinyal yang bermacam-macam dan yang secara terus menerus digunakan oleh system TV lama.

##### b. Internet

Tiga fitur utama Internet, yaitu *email* (surat elektronik), *Newsgroups*, and *Mailing list*, serta *World Wide Web*:

- 1) *Email* Jutaan orang kini berkomunikasi dengan menggunakan pesan elektronik, atau *email*.
- 2) Kelompok Berita dan Milis (*Newsgroups* dan *Mailing List*) *Newsgroups* dan *mailing list* merupakan system berbagi pesan secara elektronik yang memungkinkan orang-orang yang tertarik pada masalah yang sama untuk saling bertukar informasi dan opini.
- 3) Laman Dunia (*World Wide Web*) *World Wide Web* yang juga dikenal *www* atau *web* merupakan sebuah system informasi yang dapat diakses melalui komputer lain secara cepat dan tepat.

### 2.4. Youtube

Youtube didaftarkan pertama kali pada 15 Februari 2005 dengan nama domain YouTube.com. Pada Mei 2005, Youtube akhirnya di-*launching* ke publik. Enam bulan kemudian, barulah Youtube memulai debut resminya (Herwibowo, 2008: 3). Di dalam Youtube terdapat tampilan Youtube (*videos*, *categories*, *channels*, *community*), Tipe-tipe akun Youtube (*youtuber*, *director*, *comedian*, *musician*, *guru*, *nonprofit*, *partners*, *sponsor*), dan channel youtube.

### 2.5. Host

Terdapat berbagai hal yang bisa dipandu oleh seorang *host* diantaranya sebuah pertunjukan, program atau episode di TV mau pun di internet. Untuk menjadi *host* yang baik, terdapat 7 langkah yang harus dipatuhi, yakni percaya diri, antusias dengan orang lain, memiliki kemampuan yang berbeda, dapat berimprovisasi dengan baik, senang mendengarkan, mampu memasarkan diri, dan peka (Tialdo, 2012: 4)

### 2.6. Teori Mendapatkan Kepatuhan

Mendapatkan kepatuhan (*gaining compliance*) adalah upaya yang kita lakukan agar orang lain melakukan apa yang kita inginkan atau agar mereka menghentikan pekerjaan yang tidak kita sukai. Gerald Marwell dan David Schmitt (dalam Morissan dan Wardhany, 2009: 104-105) telah berhasil mengidentifikasi 16 strategi yang umum digunakan seseorang untuk mendapatkan kepatuhan, di antaranya menjanjikan hadiah, memberikan ancaman, menunjukkan keramahan, dan memberikan penghargaan

### 2.7. Teori Dramaturgi

Dramaturgi sebenarnya sebagai suatu pendekatan yang menggunakan bahasa dan khayalan teater untuk menggambarkan fakta subjektif dan objektif dari interaksi sosial atau dalam kehidupan sehari-hari (Elbadiansyah, 2014: 259). Dengan menggunakan perumpamaan pertunjukkan teater, Erving Goffman membagi kehidupan sosial pada dua wilayah:

- 1) Wilayah depan (*front region*)

Tempat atau peristiwa sosial yang memungkinkan individu menampilkan peran formal atau berperan layaknya seorang aktor. Di dalam wilayah ini terdapat *setting*, penampilan (*appearance*), dan gaya (*manner*).

#### 2) Wilayah belakang (*back region*)

Tempat untuk individu mempersiapkan diri atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan

### 2.8. Presentasi Diri

Presentasi diri menurut Goffman, merupakan suatu upaya untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi berbagai interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada. Menurut Baumeister dan Bushman (dalam Baumeister dan Bushman, 2011: 91) terdapat beberapa orang yang dengan sengaja bersikap apa adanya, meskipun mereka tahu bahwa orang lain tidak akan suka akan sikapnya (Mulyana, 2013: 110).

## 3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena menurut (Denzin dan Yvonna, 2009: 157) paradigma konstruktivisme memiliki pandangan bahwa apa yang kita pahami sebagai pengetahuan dan kebenaran objektif merupakan hasil perspektif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dramaturgi karena dalam penelitian ini memahami fenomena subjek penelitian yang dibagi menjadi dua wilayah yakni panggung depan dan belakang. Objek dan subjek penelitian adalah sikap yang ditunjukkan oleh *host* pada video sosial eksperimen versi *zebra cross*.

Informan yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah lima orang yang terdiri dari 2 informan utama (*Host*), 3 informan pendukung (2 kru yang bertugas dan penonton umum). Unit yang digunakan dalam penelitian ini adalah sikap panggung depan, sikap panggung belakang, dan presentasi diri *host* pada video sosial eksperimen versi *zebra cross*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi tersamar, wawancara semi terstruktur, dan studi pustaka. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis di lapangan model Miles dan Huberman, Reduksi data, dan penyajian data.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1. Panggung Depan

Latar dari “panggung” sosial eksperimen adalah lampu lalu lintas yang berada di Taman Suropati dianggap menjadi tempat yang tepat untuk melakukan syuting sosial eksperimen. Hal tersebut dikarenakan latar dari lampu lalu lintas tersebut merupakan Taman Suropati yang bersih dan teratur. Syarat, ketentuan dan izin sudah didapatkan dari pihak kepolisian Menteng sebelum proses syuting berlangsung. Oleh karena itu, terdapat mobil polisi yang sengaja terparkir di pinggir lampu lalu lintas guna mewaspadai hal-hal yang tidak diinginkan. Pencantuman waktu yang bertahap dari siang ke sore pun ikut berperan dalam semakin tingginya respon dari pemotor yang melanggar. Bagaimana *host* berjalan, berbicara, dan pemilihan pakaian yang digunakan juga merupakan hal yang penting dalam menunjangnya sosial eksperimen. Hal tersebut menunjukkan terdapat sekumpulan mahasiswa (*host*) yang meminta perhatian dari pengendara bahwa terdapat hak pejalan kaki di *zebra cross*

### 4.2. Panggung Belakang

Sikap yang digunakan oleh *host* merupakan sikap yang cenderung memancing emosi. Sikap tersebut sudah dikonsepsikan dari pra produksi. Pada mulanya, sikap yang digunakan adalah sikap yang biasa biasa saja dan tidak memancing emosi. Namun, Yasir selaku ketua komunitas VectroID berfikir bahwa sikap tersebut akan membosankan jika ditayangkan di Youtube. Oleh karena itu, terjadi perubahan konsep dari sikap dalam melakukan peneguran pada pelanggar yang berhenti di atas *zebra cross*. Sikap yang memancing emosi tersebut juga dipilih sebagai strategi mendapatkan kepatuhan.

### 4.3. Presentasi Diri

Menurut hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan kru yang bertugas, penggunaan sikap *host* yang cenderung memancing emosi ini memang sengaja dilakukan agar terlihat dampak yang nyata, yakni para pemotor sadar bahwa terdapat hak pejalan kaki di *zebra cross*. Namun menurut tanggapan dari informan kelima, sikap yang ditunjukkan oleh *host* justru telah membiaskan pesan yang ingin disampaikan. Tujuan dan harapan yang diinginkan oleh *host* dan kru agar para pemotor menghargai hak pejalan kaki pun tidak sampai, karena pesan yang diberikan justru memunculkan masalah baru. Akibatnya respon yang ditunjukkan oleh pelanggar bukan karena

mereka tidak patuh dan merasa salah, melainkan karena sikap *host* yang memang memancing emosi dari awal dan cenderung mempermalukan pelanggar di depan umum.

## 5. Simpulan

### 5.1. Panggung Depan

Segala aspek yang akan ditunjukkan di depan kamera sudah dipersiapkan. Mulai dari lokasi sosial eksperimen, waktu kejadian, dan gaya berpakaian serta berbicara *host*. Semua itu sudah menjadi satu kesatuan untuk menciptakan sebuah sosial eksperimen yang akan diminati oleh penonton. Selain itu, penggunaan sikap memancing emosi yang terjadi dalam video tersebut dipilih untuk mendapatkan kepatuhan dari pemotor yang berhenti di atas *zebra cross* bahwa terdapat hak pejalan kaki disana. Sikap tersebut sudah mendapat izin dari pihak yang berwajib. Jadi untuk video sosial eksperimen selanjutnya, sikap yang sama akan dipertahankan.

### 5.2. Panggung Belakang

Sikap yang tidak memancing emosi dianggap lebih membosankan dan kurang mendapat perhatian dari penonton. Hal tersebut dikarenakan respon dari pemotor yang positif namun tetap menuai makian saat proses syuting berlangsung. Yasir berfikir bahwa perubahan sikap harus terjadi agar video ini tidak membosankan nantinya. Oleh karena itu, perubahan sikap yang digunakan oleh *host* menjadi sikap yang memancing emosi. Tujuan awal dari pembuatan sosial eksperimen versi *zebra cross* yakni menyadarkan para pemotor bahwa terdapat hak pejalan kaki di *zebra cross* terkontaminasi dengan seberapa besar video tersebut akan mendapat perhatian dari penonton.

### 5.3. Presentasi Diri

VectroID ingin menunjukkan video sosial eksperimen yang dibuatnya sebagai tayangan yang mengedukasi dan dapat memberi kesadaran bagi masyarakat yang menontonnya. Dalam video sosial eksperimen versi *zebra cross*, *host* berusaha menyadarkan para pemotor bahwa terdapat hak pejalan kaki di *zebra cross* dengan menggunakan sikap yang memancing emosi dan cenderung mempermalukan pengendara. Hal tersebut membuat para pengendara motor yang berinteraksi dengan mereka, tidak menyukai apa yang dilakukan oleh *host*. Akibatnya, terjadi perlawanan di antara *host* dan pengendara motor yang berinteraksi. Pesan yang ingin disampaikan kepada pemotor dan harapan yang diinginkan dalam pembuatan video sosial eksperimen menjadi tidak sepenuhnya terpenuhi akibat penggunaan sikap dalam penyampaian pesan yang menimbulkan hambatan

## 6. Saran

### 6.1. Saran Praktis

Peneliti menyarankan kepada pembuat video sosial eksperimen agar menggunakan sikap yang tepat untuk mencapai kepatuhan dan dampak yang positif. Sikap tersebut bisa berupa sikap yang sopan, tidak memicu amarah dari lawan bicaranya (komunikatif), dan cenderung tidak mempermalukan sehingga tidak terjadi konflik. Hal tersebut perlu dilakukan untuk mendapatkan suatu perubahan besar.

### 6.2. Saran Akademis

Penelitian mengenai dramaturgi masih sangat jarang ditemui. Untuk memperjelas data yang ingin dicapai, peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya melakukan wawancara dan observasi lebih dalam serta memperbanyak referensi dari berbagai sumber. Selain itu, penelitian video sosial eksperimen versi *zebra cross* ini bisa dilanjutkan oleh peneliti selanjutnya dengan fokus yang berbeda yakni seberapa besar pengaruh sikap yang ditunjukkan dalam video sosial eksperimen versi *zebra cross*.

## Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q Anees. Filsafat Ilmu Komunikasi. 2007. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aw, Suranto. 2011. Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Baumeister, Roy F dan Brad J Bushman. 2011. Social Psychology and Human Nature. USA: Wadsworth.
- Denzin, Norman K dan Yvonna S Lincoln. 2009. Handbook of Qualitative. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Devito, Joseph. A. 2011. Komunikasi Antarmanusia. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Effendy, Onong Uchjana, M.A, 2003, Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Elbadiansyah, Umiarso. 2014. Interaksionisme Simbolik dari Era Klasik hingga Modern. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Herwibowo, Yudhi. 2008. YouTube A Success Story. Yogyakarta: B-first.

- Kuswarno, Engkus. 2013. Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian. Bandung: Widya Padjajaran.
- Rakhmat, Jalaludin. 2013. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy Prof.Dr. J. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan dan Andy Cory Wardhany. 2009. Teori Komunikasi. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2013. Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Severin, Werner J dan James W. Tankard, Jr. 2007. TEORI KOMUNIKASI Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV Alfabeta.
- Supardan, Dadang. 2011. Pengantar Ilmu Sosial. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Tialdo, Tim. 2012. Host Your Own TV Show. Bloomington: Westbow Press.