

Pendekatan Dramaturgi pada Penampilan Manajemen Impresi Abang None Jakarta

Muhammad F.S. Putra^{1*}, Taufan T. Akbari², Rossi A. Christy³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi – Communication and Business Institute LSPR Jakarta
Jl. K.H Mas Mansyur, Kav. 35, Jakarta Pusat 10220
Email korespondensi: taufan.ta@lspr.edu

DOI: <https://doi.org/10.25008/jpi.v2i1.30>

Submitted: 12 Maret 2020, Revised: 11 April 2020, Published: 30 April 2020

Abstract - As Abang and None Jakarta, each individual certainly must be filled with the required characters of tourism ambassador. This research aims to clarify the differences in Abang None Jakarta Selatan's appearance in front of the stage with its original self in backstage including the challenges and the strategies that occurred during the process. By linking the theory of symbolic interaction and dramaturgy approaches, as well as the concept of self especially in impression management, this research was conducted on two pairs of Abang None Jakarta Selatan winners and two pairs of Abang None Jakarta Selatan finalists in 2017 and 2018 through qualitative with in-depth interview, observation and triangulation of data source method. The results of this study show that the frontstage of Abang and None is the result of the offstage development process. Each individual is equipped with gestures and costumes to support their appearance as Abang and None in frontstage. While backstage becomes a place where the character's personality and challenges are not shown. The right impression management strategy will support each individual's appearance when portraying the character of Abang and None as a Tourism Ambassador.

Keywords: Abang None Jakarta, Dramaturgy, Tourism Ambassador, Impression Management

Abstrak - Sebagai Abang dan None Jakarta, setiap individu harus memiliki karakter-karakter Duta Pariwisata yang sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan perbedaan penampilan Abang None Jakarta Selatan di depan panggung dengan kehidupan aslinya di belakang panggung, termasuk tantangan yang dihadapi dan strategi yang digunakan. Menghubungkan teori interaksi simbolik dan pendekatan dramaturgi serta konsep mengenai diri terutama dalam mengelola impresi, penelitian dilakukan terhadap dua pasang pemenang Abang None dan dua pasang Finalis Abang None Jakarta Selatan di tahun 2017 dan 2018 melalui metode kualitatif dengan wawancara mendalam, observasi serta triangulasi data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa panggung depan Abang dan None merupakan hasil dari pengembangan karakter asli yang dimiliki di belakang panggung. Setiap individu dilengkapi dengan sikap dan kostum sebagai pendukung penampilannya sebagai Abang dan None di depan panggung. Sedangkan panggung belakang menjadi tempat terdapatnya kepribadian karakter dan tantangan diri yang tidak ditampilkan. Strategi pengelolaan impresi yang tepat akan mendukung penampilan setiap individu pada saat memerankan Abang dan None sebagai Duta Pariwisata.

Kata kunci: Abang None Jakarta, Dramaturgi, Duta Pariwisata, Komunikasi, Manajemen Impresi

Pendahuluan

Riset yang dilakukan oleh organisasi pariwisata dunia, World Travel and Tourism Council (WTTC) mencatat DKI Jakarta di urutan ke-10 kota dengan pertumbuhan pariwisata tertinggi dan kenaikan kontribusi Produk Domestik

Bruto (PDB) sebesar 10% (Muliana, 29 Oktober, 2017). Beberapa cara yang ditempuh Jakarta dengan menambahkan atraksi bagi wisatawan di destinasi wisata (Taufan, 5 Agustus, 2019). Pemerintah menghimbau masyarakat agar ikut serta melestarikan dan mempromosikan wisata

di daerahnya melalui komunikasi. Kelman (Hamidi, 2007: 74-75) mengemukakan, terjadinya komunikasi yang efektif adalah jika komunikator memiliki *ethos* atau *credibility*, daya tarik (*attractiveness*), dan kekuasaan (*power*), sehingga komunikasi yang terjadi diharapkan dapat menghasilkan efek persuasif dan menimbulkan *feedback* dari masyarakat.

Pemerintah telah menjalankan strategi komunikasi melalui sosok *public figure* yang dianggap sebagai salah satu identitas atau ikon daerah DKI Jakarta yakni Abang dan None Jakarta sebagai Duta Pariwisata. Mereka ditugaskan untuk mempromosikan pariwisata DKI Jakarta. Abang None Jakarta diadakan sejak 1971 untuk pelestarian budaya Betawi dan mempromosikan Kota Jakarta di berbagai hal, mulai dari pariwisata, budaya, hasil pembangunan, dan juga pertumbuhan perekonomian (Ikhsanudin, 2019).

Abang None DKI Jakarta juga aktif dalam berbagai program acara yang diselenggarakan pemerintah seperti perhelatan Asian Games 2018. Pemerintah Propinsi DKI Jakarta mengerahkan para Abang None untuk mendampingi panitia dan tamu undangan yang berasal dari dalam maupun luar negeri. Abang None perlu lebih berperan aktif untuk menggenjot investasi karena itu mereka harus bisa berbahasa asing (Nailufar, 13 Mei 2018).

Setiap kota administrasi mulai dari Kepulauan Seribu, Jakarta Barat, Jakarta Utara, Jakarta Timur, hingga Jakarta Selatan memiliki Abang None masing-masing yang akan berkompetisi pada tingkat Provinsi DKI Jakarta.

Dilihat dari prestasinya, dari perolehan data sekunder melalui instagram @abnon.selatan, ditemukan bahwa pemenang Abang dan None dari Jakarta Selatan memiliki prestasi yang gemilang dari tahun 2012 hingga 2019 pada saat berkompetisi di tingkat provinsi.

Jakarta Selatan telah berhasil meraih juara None DKI Jakarta dalam tiga tahun berturut-turut, yakni dari tahun 2017 hingga 2019. Sementara prestasi lainnya di

tahun 2017 meraih Juara Wakil I Abang dan Juara Harapan I None. Pada 2018 meraih juara Harapan I Abang beserta None, dan di tahun 2019 meraih Juara Harapan II serta Juara Favorit Abang. Prestasi tersebut memperlihatkan bahwa Abang None Jakarta Selatan memiliki daya saing yang tinggi, terkhusus dalam memerankan karakter “Abang” dan “None” sebagai Duta Pariwisata.

Tidak semata-mata hanya untuk bersaing, melainkan diharapkan agar dapat menjadi cerminan bagi generasi muda yang semakin baik pula. Menurut Saefullah, Sebagai generasi muda penerus bangsa dan cermin putra putri terbaik, mereka harus berkepribadian tangguh, kreatif tapi santun, dan baik hati serta teladan di masyarakat (Ikhsanudin, 11 Juli 2019).

Seluruh proses seleksi yang diikuti para individu untuk menjadi cerminan bagi generasi muda bukanlah hal yang mudah dicapai sehingga dibutuhkan upaya dan proses pembentukan karakter serta kepribadian yang tepat. Hal ini dilakukan agar para individu dapat menampilkan karakter sesuai dengan kriteria “Abang” dan “None” yang diharapkan sebagai Duta Pariwisata.

Setelah melalui serangkaian tahap seleksi, salah satu tahapan terpenting bagi para finalis yang lolos seleksi adalah pelatihan dan karantina. Para finalis akan dibekali ilmu dan wawasan berupa pengetahuan umum, pengetahuan sejarah dan kebudayaan, pariwisata, *public speaking*, etika perilaku, tata cara berbusana, penguasaan bahasa asing, serta psikologi dan pengembangan diri.

Beberapa aspek terpenting yang harus dimiliki para Abang dan None dikenal dengan 3B, yakni penampilan fisik menarik (*beauty*), berintelektual (*brain*), dan kepribadian yang baik (*behavior*) (T.D Kristopel, 20 Mei 2019). Hasil cerminan diri setiap finalis dari proses pengenalan dan pendalaman karakter tentunya beragam. Hal ini bisa saja terjadi karena adanya keragaman potensi diri serta konsep diri masing-masing individu. Setiap

individu seringkali memikirkan dirinya untuk tampil yang terbaik di depan individu lain, sehingga memunculkan gambaran akan penilaian diri individu itu sendiri. Hal itu sejalan dengan pernyataan Brooks (Rakhmat, 2018: 99) yang mengatakan, konsep diri meliputi apa yang dipikirkan dan dirasakan tiap individu, sehingga masing-masing individu memiliki citra diri dan harga diri.

Lingkar studi penelitian ini adalah Abang dan None Jakarta Selatan yang dianggap sebagai aktor dalam memerankan karakternya sebagai Duta Pariwisata. Berhasil atau tidaknya seorang aktor dapat dilihat oleh masyarakat melalui interaksi yang ditampilkan di depannya, baik secara verbal maupun nonverbal. Terlepas dari interaksi sosialnya, keberhasilan proses pembentukan identitas “Abang” dan “None” Jakarta Selatan biasanya dapat terlihat dari tata kelakuan masing-masing Abang dan None yang ditampilkan di depan masyarakat.

Meskipun melalui tahap pembekalan yang sama, tetap saja ada kemungkinan bahwa representasi diri setiap individu berbeda-beda. Hal ini terjadi karena karakter individu memiliki kualitas moral dan mental yang dipengaruhi faktor bawaan dan lingkungan, sedangkan kepribadian mencakup sifat, sikap dan kebiasaan khas seseorang yang berkembang dari lingkungan sebelumnya (Muslich, 2018: 94).

Di balik penampilan “Abang” dan “None” sebagai Duta Pariwisata, diduga masih tersimpan rahasia penampilan diri “Abang” dan “None” dalam realita kehidupan kesehariannya sebagai individu biasa. Sebagai contoh, ada mantan Duta Pariwisata Indonesia terbukti melakukan tindak pidana korupsi. Ada juga yang terlibat praktik prostitusi online (Rinanda, 17 Januari 2019). Ketidaksihonestan karakter tersebut menimbulkan pertanyaan sejauh mana tingkat keberhasilan dari proses pengembangan karakter Duta Pariwisata dalam diri masing-masing individu.

Sama halnya seperti seorang aktor yang akan melakoni sebuah karakter baru, berbagai upaya harus dilakukan oleh Abang None Jakarta Selatan agar dapat memerankan karakter yang sesuai, terutama dengan menampilkan impresi dirinya sesuai aspek 3B seperti bijaksana, berintelektual, berpenampilan menarik, serta berperilaku sopan.

Masing-masing individu belum tentu memiliki karakter dan kepribadian tersebut dalam kehidupan aslinya. Fenomena ini serupa dengan adanya konsep dramaturgi panggung depan (*frontstage*) dan panggung belakang (*backstage*) dari Erving Goffman.

Melalui metode kualitatif dengan perolehan data wawancara mendalam, studi ini membahas secara rinci mengenai penampilan dan proses pengembangan karakter baru serta strategi yang digunakan Abang dan None Jakarta Selatan untuk mengelola impresi diri melalui analisis dramaturgi dengan membagi jenis wilayah; depan panggung (*frontstage*) dan belakang panggung (*backstage*).

Kerangka Teori

1. Teori Symbolic Interaction

Secara umum, bentuk komunikasi terbagi menjadi dua macam yakni komunikasi verbal dan nonverbal. Bentuk bahasa verbal berupa kata-kata yang merepresentasikan aspek realitas yang dialami diri seorang individu (Mulyana, 2014). Komunikasi verbal mempunyai kaitannya dengan cara Abang dan None sebagai Duta Pariwisata menggunakan tata bahasa pada saat berbicara menyampaikan pesan.

Dalam mendukung tersampainya sebuah pesan verbal maka Abang dan None juga menggunakan pesan nonverbal. Duncan (dalam Rakhmat, 2018: 285-290) menjelaskan jenis-jenis pesan nonverbal, antara lain kinesik atau gerak tubuh yang terdiri atas komponen pesan dari wajah (fasial), gerakan anggota badan (gestural) serta seluruh badan (postural).

Selain kinesik atau gerak tubuh, jenis pesan nonverbal lainnya, menurut Duncan, adalah pesan suara (paralinguistik) seperti volume nada, dan pesan artifaktual melalui penampilan tubuh seperti pakaian dan kosmetik. Model komunikasi yang sejalan dengan interaksi simbolik akan merujuk pada model interaksional yang dikembangkan para ilmuwan sosial dalam perspektif interaksi simbolik. Menurut Fisher (dalam Mulyana, 2014: 172-174), model interaksional menggambarkan sebuah pembentukan makna oleh para komunikator dengan menggunakan konsep diri (*self*), diri yang lain (*other*), simbol, makna, penafsiran, dan tindakan.

Teori Interaksi Simbolik menekankan adanya simbol-simbol yang mengandung makna dalam berinteraksi. Teori ini diprakarsai oleh George Herbert Mead dan selanjutnya dikembangkan oleh muridnya, Herbert Blumer. Simbol-simbol yang memiliki makna dalam interaksi tersebut akan semakin diperjelas dengan adanya premis-premis dari para teoritis interaksi simbolik.

Tiga premis yang dianggap sebagai karakteristik sebuah teori interaksi simbolik dari Blumer (1969: 2), yakni: (1) menjelaskan bahwa manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka, (2) makna tersebut diperoleh melalui interaksi sosial dengan orang lain, dan (3) makna-makna tersebut dapat disempurnakan seiring berlangsungnya proses interaksi sosial.

Ketiga premis tersebut juga didukung oleh tiga ide yang mendasari teori interaksi simbolik dari Mead (dalam West dan Turner, 2008: 104-107), antara lain: (1) pikiran (*mind*) melalui pemikiran (*thought*) sebagai percakapan di dalam diri sendiri serta pengambilan peran (*role taking*) sebagai kemampuan menempatkan diri dalam khayalan orang lain, (2) diri (*self*) yang merupakan kemampuan dalam merefleksikan diri setiap individu dari perspektif individu lain, dan (3) masyarakat (*society*) mengenai sebuah tatanan

hubungan sosial yang dibangun dan dikonstruksikan oleh tiap individu di tengah masyarakat.

Premis dari teori interaksi simbolik menggambarkan interaksi setiap individu dalam kehidupannya mengandung makna yang akan dipahami oleh individu lainnya. Sama halnya seperti Abang dan None yang ingin menampilkan dirinya di hadapan masyarakat sebagai makna dari sosok Duta Pariwisata melalui simbol-simbol yang akan dibahas pada bagian analisa. Selain dari perspektif interaksi simbolik, interpretasi sebuah makna dalam hal berinteraksi juga semakin berkembang dan memunculkan pandangan lainnya, yakni dramaturgi dari Erving Goffman.

2. Dramaturgi Erving Goffman

Dramaturgi menurut Goffman (dalam Mulyana, 2013: 114) merupakan sebuah pandangan tentang kehidupan sosial yang diibaratkan sebagai rangkaian pertunjukan teater. Interaksi yang terjadi mirip dengan pertunjukan di atas panggung dengan menampilkan peran-peran yang dimainkan oleh para aktor, yang dalam hal ini akan berkaitan dengan Abang dan None sebagai sosok Duta Pariwisata.

Istilah dramaturgi kental dengan teater atau pertunjukan drama di atas panggung. Selain itu, dalam kehidupan seseorang ada kemungkinan bahwa apa yang ditampilkan dalam kehidupannya berbeda dengan penampilannya yang lain, seperti seorang aktor yang dapat berbeda pada saat tampil di atas panggung dan saat menjalani aktivitas sehari-hari. Hal ini terjadi karena seseorang berusaha melakukan penyamaran untuk menyesuaikan beberapa karakter yang diekspektasikan oleh orang lain, serupa dengan yang ditulis Goffman (1956) dalam bukunya yang berjudul "*The Presentation of Self In Everyday Life*".

Menurut Goffman (dalam Mulyana, 2013: 114), kehidupan sosial dibagi menjadi wilayah depan (*front region*) dan wilayah belakang (*back region*). Wilayah depan diibaratkan sebagai panggung bagian

depan (*frontstage*) yang dapat dilihat penonton. Sedangkan wilayah belakang diibaratkan panggung bagian belakang (*backstage*) sebagai tempat bersantai, mempersiapkan diri, dan berada di luar karakter yang seharusnya ditampilkan di panggung depan (*frontstage*).

Wilayah depan merujuk kepada peristiwa sosial yang memungkinkan Abang dan None menampilkan peran formal sebagai Duta Pariwisata di hadapan masyarakat. Sebaliknya, wilayah belakang merujuk pada tempat dan peristiwa yang memungkinkan individu mempersiapkan peran yang akan ditampilkan di wilayah depan dengan peran “Abang” dan “None” sebagai Duta Pariwisata.

Goffman (dalam Mulyana, 2013: 114) menekankan dua hal dalam wilayah panggung depan yang merupakan aspek terpenting ketika aktor melakukan pertunjukan, antara lain: (1) *setting* yang diartikan sebagai situasi fisik yang harus ada ketika aktor melakukan pertunjukan, dan (2) *personal front* yang terdiri dari semua perlengkapan yang dibutuhkan oleh aktor untuk dibawa ke dalam *setting*.

Lebih dari itu, menurut Goffman (1956: 67), di dalam *personal front* yang berhubungan dengan kesopanan melalui sikap (*manner*) dan tampilan (*appearance*) yang berkaitan dengan sopan santun akan menjadi aspek yang penting. Perilaku sopan santun (*decorum*) akan muncul atas dasar dari keinginan yang dalam hal ini adalah keinginan untuk membuat masyarakat terkesan. Sebaliknya, pada wilayah belakang panggung (*backstage*), kesan yang ditunjukkan Abang dan None dapat bertentangan dengan yang seharusnya ditampilkan di depan panggung. Sehingga pada wilayah belakang panggung (*backstage*) inilah terdapat kemungkinan bahwa pembicaraan dan perilaku yang ditampilkan oleh setiap Abang dan None merupakan penampilan dari karakter realita kehidupan dirinya (Goffman, 1956: 69-70).

Adanya perilaku yang bertentangan tersebut maka Goffman juga

mengembangkan pandangan dramaturgi, sehingga memunculkan sebuah konsep yang dapat digunakan setiap individu untuk mengatur impresinya sebagaimana Abang dan None yang diharuskan menjaga penampilan di depan masyarakat sebagai Duta Pariwisata. Konsep tersebut dikenal dengan istilah manajemen impresi.

3. Manajemen Impresi

Goffman (dalam Mulyana, 2013: 112) mengasumsikan, ketika individu melakukan interaksi dengan individu lain, masing-masing individu ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima oleh individu lain. Konsep inilah yang dikenal sebagai manajemen impresi (*impression management*). Individu akan bertindak dengan cara yang benar-benar penuh perhitungan, mengekspresikan dirinya dengan cara tertentu semata-mata untuk memberikan kesan yang baik kepada individu lain yang mungkin memberikan *feedback* yang baik pula dari individu lain tersebut.

Strategi manajemen impresi ini akan terlihat menarik pada saat Abang dan None meninggalkan wilayah belakang panggung (*backstage*) dan memasuki wilayah depan panggung (*frontstage*), ataupun sebaliknya. Pada saat itulah konsep mengenai manajemen impresi diri (*impression management*) menurut Goffman dapat terlihat karena masing-masing individu berusaha menjaga sikap yang tersembunyi di wilayah belakang panggung ketika sedang berada di wilayah depan panggung (1956: 74).

Goffman (dalam Medlin, 2008: 55-57), seni pengelolaan diri atau manajemen impresi dijadikan upaya untuk mencegah kemunculan tindakan tidak diharapkan, yang disebabkan oleh: (1) instruksi yang tidak pantas (*inappropriate instruction*) seperti pada saat ada penonton yang memasuki wilayah belakang panggung, (2) kecerobohan (*faux pas*) pada saat adanya informasi mengenai kehidupan aktor diketahui oleh penonton, (3) gerakan yang tidak diniatkan (*unintended gestures*)

terlihat pada saat aktor sedang berada di depan panggung, dan (4) sebuah kejadian (*scene*) yang dapat membuat aktor merasa malu karena penampilannya ternyata tidak sesuai harapan penonton. Kejadian di luar rencana tersebut diharapkan dapat diminimalisir oleh para individu yang memerankan karakter “Abang” dan “None” di panggung depan (*frontstage*) melalui konsep manajemen impresi (*impression management*).

Penggunaan konsep ini dapat berlangsung dengan baik melalui strategi manajemen impresi pada saat berada di depan panggung (*frontstage*) dan belakang panggung (*backstage*). Beberapa strategi manajemen impresi menurut Jones dan Pittman (dalam Alim, 2014: 4-6) yang dapat digunakan oleh para Abang dan None dalam menampilkan dirinya sebagai Duta Pariwisata, yakni diantaranya dengan cara: (1) mengambil muka (*ingratiation*) yang bertujuan untuk membuat diri individu disukai oleh masyarakat, (2) mengancam (*intimidation*) baik lisan maupun tertulis agar lawan merasa takut, (3) promosi diri (*self-promotion*) untuk dapat meyakinkan individu lain melalui kompetensi diri yang dimilikinya, (4) pemberian teladan (*exemplification*) yang membuat seakan-akan diri individu layak untuk menjadi contoh bagi individu lain, dan (5) permohonan (*supplication*) seperti memperlihatkan kelemahan melalui kerendahan diri agar mendapatkan simpati dari individu lain.

4. Konsep Diri (*The Self*)

Penjelasan konsep dan teori yang telah dipaparkan di atas akan semakin sejalan dengan adanya konsep lainnya, yakni konsep diri. Konsep diri mengandung sebuah gambaran atau citra diri Abang None yang tentunya diharapkan dapat dilihat sebagai sosok Duta Pariwisata. Upaya membayangkan diri sebagai orang lain dapat dilakukan untuk menjadi subjek dan objek persepsi. Gejala inilah disebut Cooley (dalam Rakhmat, 2018: 97) sebagai *looking glass self* yang bermakna bahwa

kita dapat melihat sekilas diri kita seperti dalam cermin, sedangkan gambaran diri dan penilaian diri sendiri disebut sebagai konsep diri.

Selain itu, Brooks (dalam Rakhmat, 2018: 98-99) mendefinisikan konsep diri sebagai pandangan dan perasaan individu tentang diri individu itu sendiri yang meliputi apa yang dipikirkan tiap individu dan apa yang dirasakan tentang diri individu tersebut. Dengan demikian, ada dua komponen mengenai konsep diri, yaitu komponen kognitif sebagai citra diri (*self image*), berisi gambaran pribadi seorang individu di depan individu lain dan komponen afektif sebagai harga diri (*self esteem*) yang merujuk pada kompetensi, keberartian serta kepercayaan individu mengenai karakter dan personalitas individu (Rachmawati, D., & S.F.A., Dini, 2018).

Setiap Abang dan None tentunya akan menggunakan konsep dirinya masing-masing apabila ada faktor-faktor yang mempengaruhi individu tersebut untuk menjadi sosok Duta Pariwisata. Rakhmat (2018: 99-102) merangkum faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsep diri dari beberapa pendapat para ahli, antara lain: (1) orang lain, dan (2) kelompok rujukan (*reference group*).

5. Karakter dan Kepribadian

Muslich (2018: 95) mendefinisikan karakter sebagai kualitas moral dan mental seseorang yang pembentukannya dipengaruhi oleh faktor bawaan dan lingkungan yang dimiliki manusia sebelum lahir. Selain itu juga dibutuhkan pembinaan melalui sosialisasi dan pendidikan sejak dini. Sedangkan kepribadian setiap individu biasanya mencakup sikap, sifat, dan kebiasaan-kebiasaan lain yang memiliki ciri khas dari seseorang yang berkembang dari lingkungan sebelumnya.

Theodore M. Newcomb (dalam Soekanto dan Sulistyowati, 2014: 160) mengatakan, kepribadian merupakan organisasi sikap-sikap (*predispositions*) yang dimiliki seseorang sebagai latar

belakang perilaku. Adanya pengembangan kepribadian ini yang kemudian akan dijadikan oleh individu untuk menggunakan karakter yang baru sehingga sejatinya pembentukan karakter tidak terlepas dari pengembangan kepribadian dalam diri seseorang. Sama halnya dengan proses pelatihan Abang dan None yang dilaksanakan dengan tujuan untuk mengembangkan kepribadian-kepribadian tertentu agar dapat tercermin dalam karakter baru yang dilakoni sebagai Duta Pariwisata.

6. Simbol dalam Kebudayaan

Penjabaran ide-ide dasar serta premis-premis dari para ahli interaksionisme simbolik menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi antara individu dengan individu lain baik verbal maupun nonverbal tidak terlepas dari adanya makna yang berasal dari berbagai macam simbol. Simbol dalam kebudayaan tersebut akan berkaitan dengan interaksi nonverbal yang ditampilkan oleh para Abang dan None pada saat menampilkan dirinya di depan publik sebagai Duta Pariwisata.

Antropologi mendefinisikan kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar (Koentjaraningrat, 2015: 144). Terdapat tiga wujud kebudayaan menurut Parsons dan Kroeber (dalam Koentjaraningrat, 2015: 150), yakni: (1) sebagai suatu kompleks dari ide, gagasan, nilai, norma, peraturan dan sebagainya, (2) sebagai suatu tindakan berpola dari manusia di dalam masyarakat, (3) sebagai benda-benda hasil karya manusia.

Koentjaraningrat (2015: 267-268) menjabarkan beberapa unsur-unsur kebudayaan, salah satunya adalah objek pakaian. Pakaian dapat dibagi ke dalam empat golongan yakni: (1) pakaian semata-mata sebagai alat untuk menahan pengaruh dari sekitaran alam, (2) pakaian sebagai lambang keunggulan dan gengsi, (3) pakaian sebagai lambang yang dianggap

suci, (4) pakaian sebagai perhiasan badan. Adanya objek pakaian sebagai unsur kebudayaan tersebut serupa dengan Sobur (2006: 157) yang menjelaskan bahwa simbol atau lambang biasanya menunjukkan sesuatu yang digunakan untuk memperlihatkan objek lainnya.

Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan paradigma interpretif. Menurut Neuman, ilmu sosial interpretif bertujuan untuk memahami makna sosial sebab manusia adalah makhluk sosial yang berinteraksi dalam menciptakan makna (Neuman, 2013: 123).

Pendekatan kualitatif berusaha memahami objek melalui latar belakang individu secara menyeluruh. Melalui metode penelitian kualitatif, data yang dihasilkan dapat bersifat deskriptif dari Abang dan None Jakarta Selatan yang diamati. Sehingga, data yang dikumpulkan dalam pendekatan kualitatif adalah berupa kata-kata, tulisan, gambar, dan bukan angka-angka (Moleong, 2017: 11).

Guna menemukan hasil analisis dalam penelitian ini, peneliti didukung data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari lapangan, baik melalui observasi maupun wawancara mendalam (*in-depth interview*). Sedangkan data sekunder diperoleh dengan studi kepustakaan berupa pencarian data-data melalui buku-buku dan studi literatur, serta dapat diperoleh melalui internet.

Metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) membutuhkan informan atau narasumber yang dapat dipercaya, sehingga peneliti harus menentukan informan dengan beberapa pertimbangan, antara lain; (1) orang yang bersangkutan memiliki pengalaman pribadi sesuai dengan permasalahan yang diteliti, (2) usia orang yang bersangkutan telah dewasa, (3)

sehat jasmani dan rohani, (4) bersifat netral, (5) memiliki pengetahuan yang luas mengenai permasalahan yang diteliti (Bungin, 2015: 101).

Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka peneliti memutuskan untuk memilih dua pasang pemenang dan dua pasang Finalis Abang None Jakarta Selatan yang masing-masing berasal dari anggota tahun 2017 dan 2018 sebagai informan utama. Peneliti juga mewawancarai salah satu Ketua Dewan Juri Ajang Pemilihan Abang None Jakarta Selatan untuk mendapatkan data pendukung. Selain itu, peneliti menggunakan teknik pemeriksaan kepercayaan data melalui metode triangulasi sumber data guna memperkuat data yang diperoleh dari para informan utama.

Patton (dalam Moleong, 2017: 331) menjelaskan bahwa untuk membandingkan derajat kepercayaan suatu informasi tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara, beberapa diantaranya adalah membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara serta membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.

Dengan fokus penelitian untuk mengetahui penampilan karakter dan pengelolaan impresi diri Abang None Jakarta Selatan sebagai Duta Pariwisata di panggung depan (*frontstage*) dan belakang (*backstage*) maka teknik analisis data yang digunakan adalah analisis interaktif dari Miles dan Huberman. Teknik analisis data berdasarkan Miles dan Huberman (dalam Pawito, 2007: 104-106) menjelaskan bahwa analisis dapat dimulai dari reduksi data atau meringkas data, kemudian menyajikan data yang telah diringkas agar dapat dikaitkan dengan teori, dan yang terakhir adalah menarik kesimpulan.

Kesimpulan yang diperoleh tersebut masih dapat bersifat sementara sehingga

harus dikonfirmasi dan dipertajam untuk sampai pada kesimpulan akhir berupa proposisi ilmiah mengenai realitas yang diteliti.

Hasil Penelitian

1. *Setting sebagai Latar Situasi Pendukung Frontstage*

Setting merupakan sebuah situasi fisik yang ada pada saat aktor menampilkan perannya. Tanpa *setting* menurut Goffman (dalam Mulyana, 2013: 114) aktor biasanya tidak dapat melakukan pertunjukan.

Berkaitan dengan hal tersebut maka aktor di dalam penelitian ini dapat diasumsikan sebagai para individu yang memerankan karakter “Abang” dan “None”. Peneliti menemukan beberapa *setting* yang digunakan oleh seluruh Abang dan None.

Pertama, berupa sebuah panggung pertunjukan yang digunakan pada acara Malam Final Pemilihan Abang None Jakarta Selatan.

Kedua, dapat dilihat pada saat para Abang dan None menjalankan kontribusinya sebagai Duta Pariwisata di tengah-tengah masyarakat, yakni seperti situasi Ruang Publik Terbuka Ramah Anak (RPTRA) sebagai pendukung kegiatan sosial dan juga situasi pameran sebagai pendukung kegiatan promosi kebudayaan dan pariwisata Kota DKI Jakarta.

2. *Interaksi Simbolik dalam Personal Front Wujud Verbal dan Nonverbal*

Sebuah latar situasi fisik (*setting*) dapat digunakan dengan maksimal atas dukungan dari personal front yang digunakan oleh masing-masing individu dalam memerankan karakter “Abang” dan “None” sebagai Duta Pariwisata.

Goffman (1956: 67) menekankan dua hal yang terdapat dalam *personal front*, yakni penampilan (*appearance*) yang dapat memperlihatkan identitas dari sebuah

karakter yang ditampilkan oleh individu serta sikap (*manner*) yang memperlihatkan ciri khas karakter dalam aspek tingkah laku seperti sopan santun.

Pada penelitian ini ditemui bahwa para individu dapat menampilkan identitasnya sebagai “Abang” dan “None” pada saat berkomunikasi verbal. Aspek verbal yang ditemui tersebut meliputi pemilihan bahasa yang digunakan pada saat berkomunikasi. Bahasa yang digunakan oleh seluruh Abang None Jakarta Selatan dilandasi oleh nilai-nilai kesopanan.

Pada saat berinteraksi dengan pemerintah, terkhusus lawan bicara yang memiliki jabatan strategis, Abang dan None akan menggunakan bahasa yang terkesan formal. Sedangkan pada saat kegiatan sosial yang bersifat nonformal, para Abang None menggunakan komunikasi verbal yang bersifat nonformal, namun tetap dilandasi oleh nilai kesopanan.

Komunikasi verbal dapat berlangsung dengan lebih maksimal apabila dilengkapi oleh aspek-aspek nonverbal karena menurut Ekman dan Knapp (dalam Devito, 2011: 194) berfungsi untuk menekankan, melengkapi, mengatur serta menggantikan. Dari fungsi tersebut, Duncan (dalam Rakhmat, 2018: 285-290) memaparkan bahwa komunikasi nonverbal meliputi pesan kinesik atau gerak tubuh, pesan paralinguistik atau suara, dan artifaktual atau pakaian.

Duncan (dalam Rakhmat, 2018: 285-290) menjelaskan bahwa gerak tubuh atau kinesik terdiri dari pesan fasial, gestural dan postural. Pesan fasial merupakan hasil interpretasi makna dari ekspresi wajah. Ekspresi senyuman merupakan pesan fasial yang ditampilkan oleh Abang dan None Jakarta Selatan saat menjalankan kewajibannya sebagai Duta Pariwisata. Bagi para Abang None, ekspresi senyuman dapat menekankan sebuah makna keramahan. Bahkan, Abang None Jakarta Selatan memiliki senyuman khusus yang dikenal dengan “senyum selatan”.

Interaksi nonverbal selanjutnya yang ditemui adalah sebuah pesan gestural yang menurut Duncan (dalam Rakhmat, 2018: 285-290) adalah gerakan sebagian anggota tubuh seperti mata, tangan, ataupun lainnya.

Pada hasil penelitian ini ditemui bahwa pesan gestural Abang dan None Jakarta Selatan dapat dilihat dari beberapa *gesture* yang ditampilkannya pada saat menjalani kewajiban sebagai Duta Pariwisata. Secara umum, para Abang None Jakarta Selatan menampilkan *gesture* yang terkesan sopan dan ramah. Sedangkan secara lebih spesifiknya dapat dilihat pada saat Abang dan None menampilkan “salam sembah” dan “salam takzim” serta *pose* yang ditampilkan.

Tentunya antara Abang dan None memiliki *gesture* yang berbeda. Karakter “Abang” memiliki *gesture* yang berjiwa pemimpin dan lebih bijaksana, sedangkan karakter “None” memiliki *gesture* yang terlihat anggun. Selain pesan gestural, Abang dan None juga secara umum menampilkan pesan postural. Abang None Jakarta Selatan akan menampilkan postur yang tegap, baik pada saat berjalan, berdiri, maupun duduk.

Selanjutnya ditemui adanya pesan paralinguistik menurut Duncan (dalam Rakhmat, 2018: 285-290) yang berhubungan dengan pengucapan pesan verbal. Menurut para Abang None Jakarta Selatan, nada berbicara pada saat memerankan karakter “Abang” maupun “None” sebagai Duta Pariwisata harus diperhatikan, terutama pada saat berdampingan dengan pemerintah atau pejabat lainnya. Salah satu contohnya adalah berbicara dengan nada yang tegas dan sopan pada saat berbicara dengan Walikota atau para pejabat lainnya. Nada suara tersebut harus disesuaikan pada kondisi *setting* yang sedang dihadapi.

Selain itu, interaksi akan menjadi lebih menarik apabila dilengkapi dengan sebuah kostum, terlebih dalam mendukung

identitas karakter seorang individu.

Menurut Duncan (dalam Rakhmat, 2018: 285-290), pesan artifaktual biasanya diungkapkan melalui penampilan tubuh, seperti pakaian dan kosmetik. Sebagai *icon* dari Kota Jakarta, sudah seharusnya para Abang dan None dapat menjadi individu yang mencerminkan Kota Jakarta. Sehingga dalam menampilkan dirinya sebagai Duta Pariwisata, Abang dan None juga selalu membawakan unsur kebudayaan yang dimiliki Kota Jakarta, yakni Betawi.

Salah satu unsur kebudayaan menurut Koentjaraningrat (2015: 267-268) adalah pakaian. Sedangkan berdasarkan fungsi dan pemakaiannya, pakaian berfungsi sebagai alat untuk menahan pengaruh dari sekitar alam, sebagai lambang keunggulan dan gengsi, sebagai lambang yang dianggap suci, dan sebagai perhiasan badan. Setelah peneliti menganalisa hasil perolehan data wawancara ke delapan narasumber, semua narasumber sepakat mengatakan bahwa perbedaan yang signifikan ketika memerankan sosok sebagai “Abang” dan “None” sebagai Duta Pariwisata ada pada kostum dan atribut yang dipakai ketika penugasan. Hampir seluruh narasumber sepakat menyetujui bahwa keseluruhan tampilan mengandung makna dari suatu budaya.

Kostum yang biasa digunakan oleh Abang None Jakarta Selatan ketika penugasan ada dua pasang, yaitu pakaian Encim dan Sadariah, serta pakaian Kebesaran Abang dan Kebaya None. Encim digunakan oleh None, sedangkan Sadariah untuk Abang. Biasanya, pakaian Encim dan Sadariah digunakan untuk aktivitas sehari-hari yang dikenal dengan istilah *Ngashosi*, yakni ngaji, sholat, silat, dan silaturahmi.

Pada saat menggunakan pakaian Encim None dan Sadariah Abang, para Abang None dapat menampilkan karakter yang bersifat nonformal, namun tetap terlihat sopan. Sedangkan pakaian

Kebesaran Abang dan Baju Kebaya None digunakan pada saat akan menghadiri acara-acara yang bersifat formal. Selain itu, Abang None juga memiliki kostum Batik Betawi. Bahkan pakaian dan atribut juga dapat mempengaruhi *gesture* yang ditampilkan. Misalnya pada saat melakukan pose dengan pakaian “Sadariah”, kedua tangan Abang akan memegang sarung yang dikalungkan di lehernya. Sedangkan saat pose dengan pakaian “Kebesaran Abang”, satu tangan Abang akan memegang atribut pisau raut yang diikatkan dengan kain di bagian bawah perut. Sedangkan None akan menampilkan *gesture* yang anggun dengan “Pose Cantik”.

3. Backstage sebagai Wujud Diri dalam Realita

Merujuk pada konsep karakter dan kepribadian Muslich (2018: 95), sebuah karakter merupakan kualitas moral dan mental seseorang yang pembentukannya dipengaruhi oleh faktor bawaan dan faktor lingkungan. Sedangkan kepribadian merupakan bagian dari karakter karena mencakup sikap, sifat, dan kebiasaan-kebiasaan dari seseorang yang dapat berkembang. Berdasarkan hal tersebut, karakter setiap individu dalam realita mencerminkan karakter asli yang berasal dari faktor bawaan sejak lahir.

Abang None Jakarta Selatan memiliki karakter asli yang beragam di luar karakternya sebagai “Abang” dan “None”. Seperti contohnya ada yang memiliki karakter asli sebagai individu yang humoris, *tomboy*, manja, introvert, pendiam dan bahkan terbiasa tampil dengan penampilan yang terkesan santai atau nonformal.

Selain dari penampilan karakternya tersebut, masing-masing Abang None Jakarta Selatan juga memiliki kegiatan dan profesi lainnya pada saat berada di

belakang panggung (*backstage*), seperti ada pekerja kantor, penari, guru tari, aktor, *Master of Ceremony* dan mahasiswa. Berdasarkan hal tersebut dapat ditemui bahwa hampir seluruh Abang dan None Jakarta Selatan memiliki perbedaan antara karakter aslinya di belakang panggung (*backstage*) dengan karakter “Abang” dan “None” sebagai Duta Pariwisata di depan panggung (*frontstage*).

Di sisi lain, Abang dan None pada wilayah belakang panggung (*backstage*) juga memiliki wujud karakter asli yang tidak mengalami perubahan. Hal tersebut karena adanya konsep teori yang mengatakan bahwa karakter berasal dari faktor lahiriah. Sedangkan sebuah perubahan dapat terjadi pada kepribadian diri setiap Abang None Jakarta Selatan. Perubahan kepribadian tersebut dilihat dari adanya peningkatan kepribadian individu secara kemampuan pengembangan diri dalam membentuk citra dirinya.

Hal itu sejalan dengan mazhab psikologi humanistic Khotbah Frankl (dalam Rakhmat, 2018: 31) yang menyimpulkan adanya keunikan manusia, pentingnya nilai dan makna, serta kemampuan manusia untuk mengembangkan dirinya. Sedangkan pembentukan citra diri sejalan dengan konsep diri (*The Self*) dari Brooks (dalam Rakhmat, 2018: 98-99) yang menyatakan, ada dua komponen mengenai diri (*self*), yakni kognitif sebagai citra diri (*self-image*) dan afektif sebagai harga diri (*self-esteem*).

Selain itu, para Abang None dapat merasakan perkembangan dan peningkatan akan kualitas dirinya masing-masing disebabkan oleh munculnya dorongan naluri dari dalam diri setelah menjalani proses pelatihan. Masing-masing Abang None merasakan adanya aspek-aspek yang mendorong dirinya untuk menerapkan kepribadian 3B ‘*Brain, Beauty, Behavior*’

sebagai Duta Pariwisata. Sejalan dengan unsur yang mempengaruhi kepribadian menurut Koentjaraningrat (2015, p.84-89), yakni dimulai dari pengetahuan, perasaan, hingga menimbulkan dorongan naluri.

4. Tantangan dalam Realita Backstage

Penampilan yang terkesan baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan untuk ditampilkan di depan panggung (*frontstage*) ternyata juga terdapat beberapa hal yang disembunyikan oleh para individu di belakang panggung (*backstage*), yakni tantangan yang dalam kenyataannya terjadi dan harus dihadapi oleh para individu. Masyarakat tidak mengetahui adanya hal ini karena terdapatnya konsep backstage yang ditemui oleh Erving Goffman. Secara keseluruhan, tantangan yang dihadapi oleh para individu adalah adanya keharusan dalam penyesuaian diri aslinya dengan karakter baru yang harus ditampilkannya, yakni “Abang” dan “None” sebagai Duta Pariwisata.

5. Konsep Diri sebagai Manajemen Impresi Frontstage dan Backstage

Masing-masing individu memiliki penampilan yang berbeda pada saat berada di depan panggung (*frontstage*) dan di belakang panggung (*backstage*). Terdapat beberapa penampilan belakang panggung (*backstage*) yang tidak ditampilkan oleh masing-masing individu pada saat berada di depan panggung (*frontstage*), begitupun sebaliknya. Namun ada pula sebagian kepribadian depan panggung (*frontstage*) yang digunakan oleh masing-masing individu pada saat menjadi dirinya di belakang panggung (*backstage*). Adanya keragaman karakter dan kepribadian tersebut mengharuskan setiap individu untuk dapat mengelola penampilannya dengan baik.

Peneliti menemukan adanya strategi manajemen impresi (*impression*)

management) yang didukung oleh konsep diri, terutama untuk mengelola impresi diri dalam menampilkan dirinya di depan panggung (*frontstage*) dan belakang panggung (*backstage*).

Menurut Jones dan Pittman (dalam Alim, 2014: 4-6), teknik *ingratiation* dilakukan dengan tujuan membuat diri tiap individu disukai oleh khalayak. Hampir semua Abang dan None Jakarta Selatan menggunakan teknik mengambil muka (*ingratiation*) dalam mengelola impresinya sebagai Duta Pariwisata. Selain strategi *ingratiation*, Abang dan None juga menggunakan strategi *self-promotion*. Strategi ini dilakukan para Abang dan None dengan cara menampilkan diri yang terlihat kompeten agar orang lain yang melihatnya dapat terkesan.

Secara keseluruhan, pengelolaan impresi (*impression management*) dalam proses pembentukan peran Abang dan None hadir melalui kemauan atas diri sendiri dan situasi lingkungan sekitarnya yang memperkuat konsep diri tersebut. Mekanisme *ingratiation* dan *self-promotion* tidak akan terjadi apabila individu tidak memiliki tanggung jawab pada peran yang akan ditampilkan, dalam hal ini merujuk pada tanggung jawab dan kedelapan narasumber yang bertindak sebagai aktor yang sedang memerankan karakter “Abang” dan “None”. Selain dari penggunaan konsep manajemen impresi diri dari Jones dan Pittman, peneliti juga menemukan beberapa strategi dominan lainnya melalui perolehan data hasil wawancara dengan para narasumber.

Pertama, tetap menjadi versi terbaik dalam diri realita. *Kedua*, melakukan penyesuaian diri dengan kondisi dan situasi yang ada. *Ketiga*, dengan cara membangun kesadaran akan tanggung jawab sebagai Duta Pariwisata.

Kesimpulan

Penampilan depan panggung (*frontstage*) setiap individu merupakan hasil penyesuaian antara karakter diri realita menuju karakter “Abang” dan “None” sebagai Duta Pariwisata. Pada penampilan depan panggung (*frontstage*) didukung oleh perangkat verbal maupun nonverbal melalui penampilan (*appearance*) seperti kostum dan sikap (*manner*) seperti tingkah laku. Sementara itu, pada wilayah belakang panggung (*backstage*) ditemui bahwa masing-masing individu memiliki wujud diri dalam karakter asli serta memiliki profesi berbeda-beda yang tidak ditampilkan di depan panggung (*frontstage*).

Pada prosesnya, setiap individu memiliki tantangan yang dapat dipengaruhi oleh faktor internal yang eksternal. Faktor internal dapat berupa perbedaan karakter asli dengan karakter Duta Pariwisata, sedangkan faktor eksternal berupa tantangan yang dipengaruhi dari orang lain dan lingkungan. Tantangan dalam mengelola karakter panggung depan (*frontstage*) dan panggung belakang (*backstage*) tersebut dapat dihadapi melalui konsep diri serta strategi manajemen impresi seperti dengan cara melakukan penyesuaian kesadaran diri terhadap situasi yang sedang dihadapi.

Daftar Pustaka

- Alim, C. A. (2014). Impression Management Agnes Monica Melalui Akun Instagram @agnezmo. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 2(3): 1-10.
- Andriyani, L. (2014). Peran Duta Wisata dalam Mempromosikan Kebudayaan Pariwisata di Kalimantan Timur, *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 2(4): 154-170.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Berkeley: University of

- California Press.
- Bungin, B. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Devito, A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia* (Edisi 5). Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Goffman, E. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. London: Pelican Book.
- Hamidi. (2007). *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: Penerbitan Universitas Muhammadiyah.
- Ikhsanudin, A. (11 Juli, 2019). *Pemprov DKI Minta Abang None 2019 Promosikan Pertumbuhan Ekonomi Jakarta*. Diperoleh dari website: <https://news.detik.com/berita/4619785/pemprov-dki-minta-abang-none-2019-promosikan-pertumbuhan-ekonomi-jakarta>
- Koentjaraningrat. (2015). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Medlin, A. K. (2008). *Bargain Theatre: A Dramaturgical Analysis of a flea Market*. Tesis Auburn University. Diperoleh dari website: https://etd.auburn.edu/bitstream/handle/10415/1252/Medlin_Allison_2.pdf?sequence=1
- Moleong, J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Eds.). Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Muliana, V. A. (29 Oktober, 2017). *Pertumbuhan Pariwisata Jakarta Termasuk Salah Satu yang Tertinggi di Dunia*. Diunduh dari: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3141187/pertumbuhan-pariwisata-jakarta-salah-satu-yang-tertinggi-di-dunia>
- Mulyana, D. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Muslich, M. (2018). *Pendidikan Karakter: Menjawab Tantangan Krisis Multidimensional*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nailufar, N. N. (13 Mei, 2018). *Abang None DKI Akan Dikerahkan di Asian Games*. Diunduh dari: <https://megapolitan.kompas.com/read/2018/05/13/07290361/abang-none-dki-akan-dikerahkan-di-asian-games>
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Edisi Ketujuh. Terjemahan oleh Edina T Sofia. Jakarta: Indeks.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Rachmawati, D., & S.F.A., Dini, (2018). *Analisis Personil Branding Selebgram Nonselebriti Akun Instagram @Lippielust*. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. Vol.1(1): 34-40.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rinanda, H. M. (17 Januari, 2019). *Terkait Prostitusi Online, Eks Finalis Putri Indonesia Datangi Polda Jatim*. Diperoleh dari website: <http://m.detik.com/news/berita-jawa-timur/d-4388906/terkait-prostitusi-online-eks-finalis-putri-indonesia-datangi-polda-jatim>
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Taufan, S. A. (5 Agustus, 2019). *191.550 Wisatawan Mancanegara Datang ke Jakarta*. Diperoleh dari website: <https://www.jawapos.com/jabodetabek/05/08/2019/191-550-wisatawan-mancanegara-datang-ke-jakarta/>
- Tunner, L. H & Richard, W. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi; Analisis dan Aplikasi*. Jagakarsa: Penerbit Salemba Humanika.