

Analisis Personal Branding Suwardi “Becak Lawu” sebagai Petarung MMA Indonesia Ditinjau melalui Dramaturgi

Personal Branding Analysis of Suwardi “Becak Lawu” as Indonesian MMA Fighter Reviewed Through Dramaturgy

Bernice Priscillia¹, Albert Octavio Setiawan²

¹⁻²Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR Jakarta
E-mail: 22172380025@lspr.edu¹

Artikel Info	ABSTRAK
Diterima: 6 Desember 2023 Disetujui: 16 Desember 2023 Diterbitkan: 30 Maret 2024	Suwardi melihat MMA memiliki daya tarik dan keinginan untuk mengembangkan potensi atlet-atlet Indonesia untuk berlaga di One Pride hingga <i>go</i> internasional. Aktualisasi diri Suwardi dibangun melalui media sosial Instagram pribadinya. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengelolaan kesan yang dilakukan oleh petarung MMA Indonesia Suwardi “Becak Lawu”. Dalam analisisnya, teori yang digunakan yaitu teori dramaturgi Erving Goffman dengan dua aspek <i>front stage</i> dan <i>back stage</i> . Menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dengan dengan pengumpulan data melalui wawancara <i>key informan</i> Suwardi “Becak Lawu” dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Suwardi mampu menciptakan persona pada <i>front stage</i> yang menarik dengan sifatnya yang humoris dan ramah serta untuk memperkuat identitasnya sebagai petarung ternama MMA Indonesia. Sedangkan, <i>back stage</i> rasa tanggung jawab besar sebagai seorang petarung ternama MMA Indonesia dan <i>family man</i> sebagai suami maupun seorang ayah. Selain itu, penelitian ini mengungkapkan Suwardi merepresentasikan <i>personal branding</i> dengan kedua tanggung jawab dalam kehidupannya sebagai pribadi yang apa adanya sama di dunia nyata maupun maya.
Hal. 1-5	
Kata Kunci: Dramaturgi; <i>Personal Branding</i> ; Suwardi “Becak Lawu”; MMA Indonesia; Komunikasi.	
Keywords: <i>Dramaturgy; Personal Branding; Suwardi “Becak Lawu”; MMA Indonesia; Communication.</i>	ABSTRACT <i>Suwardi sees MMA as having an attraction and a desire to develop the potential of Indonesian athletes to compete in One Pride and even go international. Suwardi's self-actualization is built through his personal Instagram social media. This research aims to determine the impression management carried out by Indonesian MMA fighter Suwardi "Becak Lawu". In the analysis, the theory used is Erving Goffman's dramaturgical theory with two aspects, front stage and back stage. Using a descriptive qualitative research approach by collecting data through interviews with key informant Suwardi "Becak Lawu" and observation. The results of this research show that Suwardi is able to create an attractive front stage persona with his humorous and friendly nature and to strengthen his identity as a well-known Indonesian MMA fighter. Meanwhile, back stage, he feels a great sense of responsibility as a well-known Indonesian MMA fighter and family man as a husband and father. Apart from that, this research reveals that Suwardi</i>

represents personal branding with both responsibilities in his life as a person who are the same in the real and virtual worlds.

PENDAHULUAN

Dunia olahraga sudah sangat berkembang pesat selain untuk kesehatan tubuh, olahraga di Indonesia juga sudah banyak mencetak prestasi. Salah satu olahraga di Indonesia adalah Mix Martial Arts atau disingkat MMA. Di Indonesia MMA sangat diminati dengan berbagai kalangan, MMA merupakan bela diri campuran yang mengkombinasikan tendangan, pukulan, kunci, dan bantingan (Rahman Hakim & Indardi, 2016, 2).

Salah satu petarung MMA yang sudah sangat banyak mendapatkan prestasi di dunia olahraga Indonesia adalah Suwardi “Becak Lawu” yang merupakan atlet MMA dari ajang bergengsi One Pride MMA Indonesia. Salah satu kemenangan terbesarnya adalah pada One Pride Fight Night ke-72 melawan Aditya Ginting. Suwardi “Becak Lawu” sudah menggeluti dunia MMA selama lebih dari 10 tahun (Nasution, 2023). Sehingga banyak penggemar dan juga pengikutnya dalam sosial media Instagram sebanyak 121 ribu pengikut pada kanal Instagram pribadinya.



Gambar 1. Instagram Suwardi “Becak Lawu” (Sumber: Instagram 2023)

Sebagai seorang petarung ternama dan memiliki banyak penggemar dan sudah terkenal maka *personal branding* adalah hal yang sangat penting sebagai seseorang yang sudah memiliki banyak penggemar untuk lebih terfokus ingin menjadi sosok figur yang dikenal dengan keunikan tersendiri. Nilai jual seseorang akan meningkat dengan membentuk *personal branding*. *Personal branding* adalah proses relevansi tinggi dalam pembentukan diri dan ingin dikenal sebagai siapa dan dinilai sebagai apa sehingga dapat diartikan bahwa *personal branding* adalah proses membentuk persepsi masyarakat luas terhadap diri kita (Raharjo, 2020, 6).

Banyak aspek dalam pembangunan *personal branding* salah satu yang paling penting adalah “siapa diri kita” tujuan ini dapat dibentuk ketika kita sudah memenuhi aspek-aspek di antaranya: (1) mengetahui keunggulan atau keunikan diri sendiri, (2) mengetahui apa yang kita butuhkan, (3) membentuk dan memenuhi keinginan masyarakat, dan (4) mendapatkan apa yang dituju sesuai dengan goals utama kita (Chritton, 2014, 15). Seperti dikutip pada jurnal (Soraya & Alifahmi, 2021, 10) upaya dalam pembentukan *personal branding* dapat ditinjau dengan menggunakan dramaturgi karena dapat melihat dari beberapa aspek dan pengemasan hingga merujuk pada tujuan *branding* itu dibuat dengan tujuan ingin dikenal seperti apa.

Menurut Goffman Dramaturgi adalah penggunaan analisis seperti dalam permainan teater (*front stage*) merupakan seseorang atau aktor saat bekerja dan berperan, (*back stage*) merupakan proses saat persiapan serta kehidupan sosial dan kesehariannya (Mulyana, 2009). Penelitian ini menganalisis *front stage* dan *back stage*. Dengan melihat pada dua aspek tersebut yang merupakan upaya Suwardi “Becak Lawu” dalam menciptakan manajemen kesan di mata khalayak umum serta

untuk mengetahui personal branding yang dibangun Suwardi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Memiliki data yang tidak berupa angka dan hasil yang menitik beratkan makna dan generalisasi pada fenomena yang akan diteliti (Anggito & Setiawan, 2018). Pemahaman akan fenomena membangun *personal branding fighter* MMA Indonesia Suwardi. Dikutip pada (merdeka.com, 2023) kualitatif deskriptif adalah metodologi penelitian yang digunakan untuk menganalisa suatu kejadian, fenomena, dan keadaan sosial.

Teori dramaturgi Goffman juga digunakan pada penelitian ini berguna untuk menganalisa personal branding yang dibangun oleh seorang sosok atlet ternama di bidang MMA Indonesia yang melihat aspek secara *front stage* yang merupakan seseorang atau aktor saat bekerja dan berperan dan *back stage* merupakan proses saat persiapan juga kehidupan sosial dan kesehariannya diluar pekerjaan yang Suwardi lakukan. Seperti pada jurnal (Restusari & Farida, 2019, 176) dramaturgi adalah teori yang menjelaskan kehidupan sosial dan keseharian yang merujuk pada pembentukan citra diri seseorang yang dapat dilihat melalui aspek-aspek tertentu.

Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Data primer yaitu hasil wawancara yang dilakukan secara mendalam (*in-depth interview*) kepada informan yang dipilih untuk penelitian ini. Informan utama dalam penelitian ini atau sebagai subjek penelitian adalah Suwardi “Becak Lawu” atlet MMA Indonesia. Selain itu, menggunakan teknik pengumpulan data secara observasi. Observasi adalah sebuah pengamatan secara langsung terhadap suatu objek di lingkungan secara sengaja atau sadar dan juga sesuai urutan (Khasanah, 2020). Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati media sosial pribadi yaitu Instagram Suwardi. Selanjutnya akan dilakukan analisis isi melalui data yang didapatkan oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan mengenai temuan dari permasalahan pokok penelitian ini mengenai dramaturgi dalam membentuk *personal branding* petarung Mixed Martial Arts (MMA), dianalisis melalui teori dramaturgi yang akan berakhir pada pengelolaan kesan dan menciptakan pengelolaan pesan melalui penguraian *front stage* dan *back stage*. Penelitian ini diawali dengan melakukan pengamatan langsung pada kanal Instagram Suwardi “Becak Lawu”, melihat beberapa karyanya melalui kanal Youtube, dan pada pertandingan One Pride MMA Indonesia. Observasi dilakukan secara umum melalui aspek dramaturgi panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) untuk branding yang akan dibentuk untuk citra diri secara umum.

Tahapan selanjutnya, dilakukan wawancara mendalam langsung kepada Suwardi “Becak Lawu” untuk mendapatkan informasi secara terperinci sehingga dapat melihat aspek *front stage* dan *back stage* dramaturgi, *branding* yang dibangun oleh Suwardi “Becak Lawu”, dan mendapatkan informasi. *Front stage*, Suwardi ini dilihat sebagai petarung MMA yang dikenal dengan panggilan “Becak Lawu”, berasal dari Magetan Jawa Timur dan berdomisili di Bogor. Pada aspek ini, terlihat juga saat Suwardi berada dalam octagon (arena pertempuran khas MMA) berperan sebagai *sportainment* yang tidak hanya bergelut dari segi olahraga tetapi dapat memberikan hiburan yang baik. Disamping itu, menampilkan teknik-teknik yang benar agar aman dan mencapai kemenangan. Performa terbaik harus ditampilkan karena dilihat masyarakat banyak dan juga hiburan, seperti *foot blocking*.

Back stage yang merujuk pada bagian kehidupan Suwardi yang ada dibelakang layar, menunjukkan sisi pribadi yang ada dalam dirinya. Dibelakang panggung pertarungannya, Suwardi berlatih di Asta Bogor. Dia juga menyiapkan diri dengan mengikuti *training camp* selama tiga bulan untuk membentuk karakter diri petarung. Kegiatan itu dimulai dari *striking*, *smackdown*, dan *grappling* diiringi pada bulan pertama untuk penyesuaian diri, bulan kedua *hard training*, hingga bulan ketiga membangun strategi dalam menghadapi lawan dan fokus penurunan berat badan enam hari sebelum pertandingan. Suwardi juga menjaga kebugaran badan dengan konsultasi ke dokter

mengenai nutrisi dan suplemen yang dibutuhkan sebagai pelengkap menuju pertandingan. Hal-hal yang tidak terlihat langsung oleh khalayak, dimana Suwardi sangat memperhatikan dan mempersiapkan dirinya dengan matang dan sungguh-sungguh sebelum bertanding di depan khalayak umum.

Di Luar itu, terdapat titik kehidupan sosial sehari-hari Suwardi diluar sebagai petarung MMA. Memiliki peran sebagai suami dan ayah dari ketiga orang anaknya yang bertanggung jawab untuk memberi dukungan bagi keluarganya dalam segala hal, baik secara emosional maupun finansial. Rutinitas sehari-hari yang mungkin mirip dengan kebanyakan orang dilakukan oleh Suwardi yaitu menemani istri belanja, mengajarkan anak-anaknya untuk menjadi anak yang baik dan kelak menjadi seorang yang dewasa seutuhnya, hingga pekerjaan rumah seperti mengepel, ngelap-ngelap rumah, mencuci baju. Suwardi juga melakukan pekerjaan tukang seperti memasang keramik, *nembok* (memasang dinding), memperbaiki atap rumah karena waktu dahulu pernah bekerja sebagai teknis.

Personal branding yang dimiliki Suwardi mengacu pada tiga faktor menurut Raharjo yaitu kompetensi, gaya, dan standar. Karakteristik yang ditampilkan oleh Suwardi “Becak Lawu” menjadi seseorang yang baik, tahu dan mampu menempatkan diri dengan baik seperti saat bertanding menunjukkan performa terbaik untuk meraih kemenangan. Suwardi memiliki kepribadian yang lucu dan menyenangkan yang dapat membuat orang sekitarnya nyaman. Citra atau *branding* tersebut dibagikan Suwardi pada media sosial miliknya. Media sosial menjadi tempat aktualisasi diri dalam membentuk citra atau *branding* yang diinginkan pengguna (Restusari & Farida, 2019).

Cerminan yang merupakan karakter pengguna dapat diketahui khalayak melalui akun media sosial milik pengguna (Tamimy, 2017). Salah satu media sosial yang menjadi tempat aktualisasi diri tersebut adalah Instagram. Pada Instagram dapat menyampaikan momen, foto, video, status untuk berkomunikasi dengan khalayak umum (Maulhayat et al., 2018). Pada sosial media Instagramnya juga dilampirkan hal-hal maupun kegiatan yang lucu dan menghibur bagi khalayak yang melihatnya.

Memiliki komitmen dalam pekerjaan yang digelutinya sebagai seorang atlet MMA. Memiliki mimpi menjadi salah satu petarung terbaik sepanjang masa, meraih gelar dunia, memecahkan rekor dan menghadapi lawan-lawan hebat, dan mau mengembangkan potensi dengan melatih dan menyiapkan atlet-atlet terbaik untuk berkarir di level internasional One Pride. Suwardi juga bertanggung jawab, penuh perhatian, dan terlibat dalam kehidupan keluarga yang penuh kasih sayang. Salah satunya, terlihat dari momen kebersamaan dengan anaknya sedang bernyanyi dan bermain alat musik yang menghibur penonton dengan aksi kocaknya, serta kebersamaan dengan istri yang ditampilkan dengan senyuman kebahagiaan.

Pada akhirnya *personal branding* yang ingin dibangun oleh Suwardi adalah “paket komplit” yaitu memiliki tujuan ganda sebagai petarung yang *family man*. Dia tidak hanya ingin mencapai kesuksesan dalam karir MMA-nya, tetapi menjadi figur yang kuat dan menjaga keharmonisan dan kesejahteraan keluarganya, serta sebagai pribadi yang apa adanya tidak berbeda di dunia nyata maupun di dunia maya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Personal branding menjadi citra diri kita yang dipandang oleh khalayak umum. *Personal branding* juga tercipta dari cara kita mengkomunikasikan kemampuan kita, keunikan yang menjadi pembeda di mata orang lain, serta standar yang kita tetapkan untuk diri kita yang dapat kita lakukan dengan tekun dan baik. Pemanfaatan media sosial digunakan untuk membangun *personal branding* dengan membagikan momen penggunaannya yang akan dilihat dan dipandang oleh khalayak umum.

Berdasarkan teori dramaturgi kita dapat memainkan dua peran yaitu pada *front stage* dan *back stage*. Suwardi “Becak Lawu” pada *front stage* menunjukkan kegigihannya dengan membuktikan melalui kemenangan sebagai atlet Martial Mixed Arts (MMA). Salah satunya menjadi juara di One Pride MMA 72 membuat tumbang Aditya Ginting. Suwardi juga memiliki

rencana mengembangkan potensi MMA kedepannya untuk mempersiapkan atlet-atlet dan melatihnya agar siap berlaga di One Pride. Dibalik itu semua, ada usaha dan latihan yang keras, disiplin, konsisten, dan kepercayaan diri untuk menjadi pemenang dalam sebuah kompetisi.

Tidak hanya itu, bagian pribadi di luar sorotan publik sebagai “Becak Lawu” yaitu berperan sebagai suami dan ayah mencakup kehidupan yang tidak terkait dengan dunia pertarungan juga mengungkapkan sisi manusia sebenarnya dalam diri Suwardi di luar panggung. Suwardi juga menampilkan karakter yang menyenangkan, humoris, suka hal-hal lucu sehingga membuat orang nyaman akan karakter baik yang diperankan olehnya.

REFERENSI

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Chritton, S. (2014). *Personal branding for dummies*. John Wiley & Sons.
- Khasanah, U. (2020). *Pengantar Mikroteaching*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Maulhayat, F., Kesuma, A. I., & Amiruddin, H. (2018). Peran Instagram di kalangan mahasiswa angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar. 1–18. <http://eprints.unm.ac.id/9871/%0Ahttps://id.wikipedia.org/wiki/InstagramSeiri>
- merdeka.com. (2023, February 28). Mengenal Jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif, Berikut Penjelasan. Merdeka.com. Retrieved September 22, 2023, from <https://www.merdeka.com/jateng/mengenal-jenis-penelitian-deskriptif-kualitatif-berikut-penjelasan-kl.html>
- Montoya, P. (2002). *The personal branding phenomenon*. Nashville: Vaughan Printing
- Mulyana, Dedy. (2009). *Ilmu Komunikasi : Suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosda karya
- Nasution, R. V. (2023, September 10). Hasil One Pride MMA 72: Suwardi Pertahankan Gelar Juara Kelas Terbang Kedua Kalinya. One Pride. Retrieved September 21, 2023, from <https://www.onepride.net/berita/1635927-hasil-one-pride-mma-72-suwardi-pertahankan-gelar-juara-kelas-terbang-kedua-kalinya>
- Raharjo, F. S. (2020). *The Master Book Of Personal Branding: Seni Membangun Merek D. Quadrant*.
- Rahman Hakim, A. L., & Indardi, N. (2016, April 14). Perkembangan Mixed Martial Arts (MMA) di Purwokerto. *Journal of Sport Sciences and Fitness*, 4(4), 2. <https://doi.org/10.15294/jssf.v4i4.10089>
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram Sebagai Alat Personal Branding dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 176.
- Soraya, I., & Alifahmi, H. (2021). Dramaturgi dalam Membentuk Personal Branding Selebgram. *JURNAL MAHARDIKA ADIWIDIA*, 1(1), 10. <https://doi.org/10.36441/mahardikaadiwidia.v1i1.466>
- Suciptaningsih, O. A. (2017). Hedonisme dan Konsumerisme dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman. *EQUILIBRIA PENDIDIKAN Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 28. <https://pdfs.semanticscholar.org/c650/a6b9a0a71f7e7f9b46c10514d7bd2d6cbba2.pdf>
- Tamimy, M. F. (2017). *Sharing-mu, personal brandingmu, menampilkan image diri dan karakter di media sosial*. Jakarta: Visi Media