

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Konteks Penelitian

Pemasaran suatu produk memerlukan beberapa aktivitas yang melibatkan berbagai sumber daya. Sebagai fenomena yang berkembang saat ini, dalam pemasaran terdapat suatu bagian yang memiliki keterkaitan langsung dengan konsumen, yaitu pada bagian *sales product*. Bagian ini terdiri dari beberapa divisi, terutama yang berkaitan dengan sistem pemasaran yang dilakukan suatu pemasaran. Sebagai tenaga *sales product*, saat ini terdapat bagian pemasaran langsung yang menawarkan produk maupun sampel produk kepada konsumen. Bagian ini biasanya dikenal sebagai *sales promotion girls* atau biasa disebut dengan SPG.

Dengan adanya seorang SPG pada suatu produk biasanya dapat menambah daya jual produk tersebut untuk dapat menarik minat konsumen. Hal ini didasarkan pada penampilan pertama yang ditunjukkan oleh SPG dengan penampilan fisik yang memang biasanya menarik. Penampilan fisik yang menarik biasanya lebih diprioritaskan pada seorang SPG yang memiliki kriteria wajah yang cantik dan juga tubuh yang *sexy*. Setelah melihat penampilan SPG dan penawarannya yang menarik, biasanya calon pembeli berpikir untuk mencoba produk atau sekedar menerima sampel/brosur yang disodorkan oleh SPG. Sampel atau brosur inilah yang kemudian menjadi sebuah awal jembatan adanya komunikasi antara SPG dengan calon pembeli. Sampel biasanya diberikan oleh

perusahaan yang menjual produk makanan, minuman atau produk rokok. Sampel rokok sebatang atau *freedrink* atau produk yang dijual biasanya sering ditawarkan oleh SPG. Produk yang tidak menggunakan *free sample* biasanya cukup dengan *free test*, seperti produk komputer, modem internet atau juga sepeda motor.

Seorang SPG harus pandai berkomunikasi dengan pembeli atau pelanggan (*customer*) agar ia memberikan respon positif pada produk yang ditawarkan kepada konsumen. Kriteria untuk menjadi seorang SPG sangat beraneka ragam, beberapa *agency* menerapkan standar tertentu dalam upaya *recruitment* SPG *event*. Kriteria yang wajib dimiliki oleh seorang SPG seperti *good looking*, berani tampil beda, memiliki tinggi badan di atas 160 cm, memiliki berat badan yang proporsional, ramah, murah senyum, lembut, sabar, sopan dan menjaga emosi, itulah karakter dasar yang harus diterapkan pada seorang SPG. Mengapa menjaga emosi juga harus diterapkan? Karena *customer* yang akan dihadapi sangat beraneka ragam. Mulai dari *customer* yang baik, lembut, cerewet, hingga super judes. Penawaran produk biasa dilakukan dengan cara *mobile* atau berkeliling di wilayah *event* yang sedang diadakan.

Pada penelitian ini penulis lebih fokus kepada *Sales promotion girls* dari produk rokok, karena menurut penulis *sales promotion girls* sebuah produk rokok lebih banyak menjadi sorotan khalayak lain. SPG rokok biasanya sering dianggap sebelah mata oleh masyarakat, karena pekerjaannya yang selalu dipandang sebelah mata karena banyak anggapan bahwa seorang SPG rokok mempunyai kehidupan yang negatif di mata masyarakat. Pekerjaan menjadi seorang SPG produk rokok tidaklah mudah seperti yang banyak orang bayangkan, tidak hanya

mengandalkan paras cantik dan tubuh yang ideal saja akan tetapi butuh pelatihan khusus untuk menjadi SPG. Mulai dari pola komunikasi kepada konsumen, mampu menarik minat beli konsumen kepada produk yang ditawarkan, bisa menjaga penampilan, bisa menjaga *image*, memiliki wawasan luas, berhubungan baik dengan khalayak, pengelolaan kesan, hingga berkomunikasi di depan publik.

Selalu berpenampilan *sexy* tentu sudah menjadi keseharian kehidupan seorang SPG produk rokok, tampil cantik, terawat, bersih dan mewah sudah menjadi sebuah tuntutan agar bisa menjadi pusat perhatian banyak orang, khususnya para konsumen. Karena itu SPG rokok memang harus tampil lebih menarik, *sexy* dan cantik dibandingkan penampilan SPG pada umumnya.

Di sini penulis akan meneliti tentang dramaturgi kehidupan seorang mahasiswi universitas di Kota Bandung yang bekerja sebagai SPG rokok. Dalam kata lain, seorang SPG rokok ketika dia berada di lapangan pekerjaannya, ada peran simbol, identitas dan presentasi diri yang berlainan antara kondisi yang satu dengan yang lainnya. Di satu sisi ia harus memerankan sebagai SPG atau dapat dikatakan dengan panggung depan (*front stage*), di sini presentasi diri yang harus dibangun seorang SPG harus cantik, menarik, *sexy*, dan memiliki daya tarik tinggi hingga bisa menarik minat beli konsumen, sehingga adanya komunikasi dua arah (*feedback*) antara SPG dan Khalayak melalui *gesture* tubuhnya.

Namun ketika ia sedang menjadi mahasiswi ia berada di panggung belakang (*back stage*) maka presentasi diri yang ia bawa akan berbeda dengan ketika ia sedang di lapangan pekerjaannya bahkan bisa saja sangat bertolak belakang pada saat ia sedang menawarkan suatu produk di depan konsumennya.

Kedua panggung tersebut ini juga dikenal dengan istilah dramaturgi, di mana seseorang memainkan dua peran dalam dua kondisi yang berbeda yaitu *front stage* dan *back stage*.

Tidak sedikit wanita remaja berstatus mahasiswi di Bandung yang berprofesi sebagai SPG rokok, karena di Bandung banyak wanita-wanita cantik yang pandai untuk berkomunikasi kepada oranglain. Alasan mengapa banyak mahasiswi yang ingin bekerja menjadi SPG rokok yang peneliti dapat dari hasil wawancara ada berbagai macam, seperti untuk mendapatkan uang tambahan, ingin mendapatkan pengalaman, sampai karena mengikuti temannya yang sudah dulu menjadi SPG rokok.

Berbagai macam alasan yang peneliti dapat dari hasil wawancara tersebut menimbulkan banyak pandangan yang beredar di masyarakat. Ada yang beranggapan positif dan tidak banyak pula yang beranggapan negatif terhadap profesi sebagai SPG rokok.

Terlihat dari keseharian SPG rokok dalam pekerjaannya yang menawarkan produk rokok kepada konsumen, peneliti melihat ada peran yang dimainkan ketika ia sedang berada di panggung depan (*front stage*) baik ketika sedang berada di lapangan, seorang SPG rokok selalu tampil *glamour*, terlihat cantik, dan *sexy*. Pesan nonverbal yang ia sampaikan sangatlah terlihat jelas, ketika ia menawarkan semua produk yang ia jual kepada konsumen dan menarik minat beli konsumen pada produk yang ditawarkannya. Begitu juga dengan pakaian yang ia kenakan di saat berada di lapangan. Setiap pakaian yang ia kenakan, nampak memberikan kesan berbeda ketika ditampilkan, pada saat seorang SPG rokok mengenakan

pakaian yang minim yang mungkin bisa dipandang negatif oleh masyarakat yang hanya menilai dengan sepintas. Sebaliknya, seorang SPG rokok nampak seperti wanita rumahan lainnya berpakaian biasa, tidak *sexy*, berbicara seperti wanita biasa lainnya. Pakaian yang ia kenakan pada saat di rumah dan lingkungan di luar pekerjaannya tidak *sexy* seperti pada saat yang ia kenakan disaat menjadi SPG rokok. Ini yang dinamakan panggung belakang (*Back Stage*). Dari contoh tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku seseorang tidak selalu dilakukan secara spontanitas, akan tetapi melalui settingan terlebih dahulu agar memberikan kesan tertentu kepada khalayak yang melihatnya sesuai dengan keinginannya.

Seorang SPG rokok sangatlah bersikap hati-hati ketika berhadapan dengan banyak masyarakat di daerah panggung depan yang ia tampilkan yaitu di tempat di mana ia sedang bekerja, cara bicara pun sangat ia jaga serta gerak-geriknya tidak sebebas pada saat ia sedang di panggung belakangnya (*Back Stage*), mereka selalu terlihat cantik, anggun, ramah, *sexy* dan ceria seolah-olah mereka tidak mempunyai beban atau masalah, meskipun sebenarnya ia mempunyai banyak masalah di belakang layar pertunjukannya itu.

Seorang mahasiswi yang bekerja SPG rokok memiliki berbagai pola interaksi dalam kehidupannya atau profesinya yang mencakup pengelolaan kesan dalam presentasi diri. Jadi di sini seorang SPG rokok harus bisa melakukan pengelolaan kesan seperti yang dikatakan oleh Goffman *impression management* atau pengelolaan kesan adalah teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu (Mulyana, 2001 : 112) . Memberikan pertunjukan sebagai suatu pokok

referensi atau acuan terkadang memberi rasa aman untuk menggunakan atau istilahnya panggung depan, yang di mana mengacu pada suatu tempat di mana pertunjukan itu disampaikan. Panggung depan ini dibagi menjadi dua bagian yaitu panggung pribadi (*personal front*) dan *setting*, yang selanjutnya dapat dibagi menjadi penampilan (*appearance*) dan gaya (*manner*). Panggung pribadi terdiri dari alat-alat yang dapat dianggap khalayak sebagai perlengkapan yang dibawa aktor ke dalam *setting*. Panggung pribadi juga mencakup bahasa verbal dan nonverbal sang aktor, misalnya lirikan mata yang tajam, berbicara sopan, pengucapan istilah-istilah asing, intonasi, postur tubuh, ekspresi wajah, pakaian, penampakan usia, ciri-ciri fisik, dan sebagainya. *Setting* adalah situasi fisik yang harus ada ketika aktor harus melakukan pertunjukan. Goffman mengatakan bahwa “*the fixed sign equipment in asuch aplace has already been refered to as that part or front called setting*” (Goffman, 1988 : 110). Penampilan (*appearance*) adalah stimuli yang memberitahukan status sosial pelaku, sedangkan gaya (*manner*) adalah stimuli yang menggambarkan peranan interaksi yang diharapkan si pelaku.

Banyak SPG rokok yang bergaya hidup mewah, *sexy* hanya ketika di depan panggung depan saja (*front stage*), akan tetapi hal itu bertolak belakang dengan kehidupan ia ketika berada di panggung belakang (*back stage*). Berangkat dari persoalan itulah, maka penulis ingin mengetahui lebih dalam mengenai kehidupan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) salah satu mahasiswi yang bekerja sebagai SPG rokok yang berdomisili di Kota Bandung.

## 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Dramaturgi Kehidupan seorang mahasiswi Universitas di Kota Bandung yang bekerja sebagai SPG rokok yang berdomisili di Kota Bandung?

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana panggung depan yang dibangun seorang mahasiswi universitas di Kota Bandung yang bekerja sebagai SPG rokok yang berdomisili di Kota Bandung?
2. Bagaimana panggung belakang yang dibangun seorang mahasiswi universitas di Kota Bandung yang bekerja sebagai SPG rokok yang berdomisili di Kota Bandung?

## 1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui panggung depan yang dibangun seorang mahasiswi universitas di Kota Bandung yang bekerja sebagai SPG rokok yang berdomisili di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui panggung belakang yang dibangun seorang mahasiswi universitas di Kota Bandung yang bekerja sebagai SPG rokok yang berdomisili di Kota Bandung.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Penulis mengharapkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi para pembaca. Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat berguna secara teoritis terhadap pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya dalam konteks penelitian dramaturgi, untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta sebagai studi perbandingan dalam mengaplikasikan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian kualitatif dengan pendekatan dramaturgi. Memberikan gambaran yang sifatnya informasi tentang bagaimana peran yang dibangun dalam interaksi sosial seorang mahasiswi Universitas di Kota Bandung yang bekerja sebagai SPG rokok yang berdomisili di Kota Bandung.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan yang berguna bagi peneliti yang membahas tentang penelitian sejenis maupun berbeda. Selain itu, penelitian ini pun dapat bermanfaat bagi pihak lain yang berminat melakukan penelitian, sehingga diharapkan dapat memberikan landasan bagi penelitian selanjutnya, dan memberikan pelajaran positif bagi orang-orang pada umumnya, khususnya para SPG rokok atau orang yang bersangkutan, bahwa semua yang dilakukan harus disesuaikan dengan kebutuhan, semua yang kita lakukan harus disesuaikan dengan *settingan* yang dibuat, ada saatnya di mana kita harus tampil mewah, di mana kita harus tampil sederhana, dan penelitian ini bisa membuat khalayak atau para mahasiswi yang bekerja sebagai SPG rokok mengetahui lebih jelas tentang panggung depan dan panggung belakang atau yang disebut



dramaturgi, dengan mengetahui itu kita tidak akan lagi memandang seseorang dengan sebelah mata hanya dari sisi negatifnya saja.

## 1.6 Setting Penelitian

Untuk mempermudah dan menjaga pembahasan penelitian agar tidak keluar dari jalurnya, maka perlu diadakan pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

Penelitian ini difokuskan kepada kehidupan salah satu mahasiswi yang bekerja menjadi *Sales Promotion Girls* rokok yang berdomisili di Kota Bandung. Di sini, peneliti akan menelaah lebih dalam lagi sisi lain dari kehidupan dramaturgi seorang SPG rokok tersebut. Di mana ada dua peran yang dimainkan dalam kondisi dan situasi yang berbeda, yaitu ketika ia sedang berada di panggung pertunjukannya sebagai SPG yang disebut sebagai panggung depan (*front stage*) dan di lingkungan kuliah serta lingkungan kesehariannya sebagai panggung belakang (*back stage*).

## 1.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikiran di sini bukanlah untuk menguji teori akan tetapi hanya dijadikan panduan agar penelitian ini lebih terarah dan lebih fokus kepada masalah yang akan diteliti, yaitu mengenai dramaturgi kehidupan mahasiswi yang bekerja sebagai SPG rokok yang berdomisili di Kota Bandung.

Dramaturgi adalah suatu pendekatan yang lahir dari pengembangan teori interaksionisme simbolik. Dramaturgi sendiri diartikan sebagai suatu model untuk

mempelajari tingkah laku manusia, tentang bagaimana manusia itu menetapkan arti kepada hidup mereka.

Lahirnya istilah dramaturgi, dipopulerkan oleh Erving Goffman, yang merupakan salah seorang sosiolog yang paling berpengaruh di abad 20. Goffman memperkenalkan konsep dramaturgi yang bersifat penampilan teateris. Bukan lagi individu yang sebebannya dalam menentukan makna, tetapi konteks yang lebih luas menentukan makna (dalam hal ini: penonton sang aktor). Tugas aktor hanya menyiapkan dirinya dengan berbagai atribut pendukung dari peran yang ia mainkan, sedangkan bagaimana makna itu tercipta, khalayaklah (penonton) yang memberi interpretasi. Menurut Goffman, komunikasi antar pribadi terjadi bagai dalam teater metafora (di atas panggung).

Ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Untuk itu, setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain (Goffman dalam Mulyana 2001: 107). Pada kehidupan sehari-hari setiap individu pada umumnya menampilkan diri sendiri dan aktivitasnya kepada orang lain, di mana dalam melakukan hal tersebut ia akan berusaha untuk memandu dan mengendalikan kesan yang dibentuk orang lain terhadapnya, dan segala hal yang mungkin dan tidak mungkin ia lakukan untuk mendukung pertunjukannya dihadapan orang lain.

Hal inipun menjadi pandangan dari pendekatan dramaturgi yang dikemukakan oleh Goffman, yaitu “ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain

terhadapnya. Untuk itu, setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain” (Mulyana 2001: 107)

Jadi di sini seorang SPG rokok harus bisa melakukan pengelolaan kesan seperti yang dikatakan oleh Goffman *impression management* atau pengelolaan kesan adalah teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu (Mulyana, 2001 : 112). Memberikan pertunjukan sebagai suatu pokok referensi atau acuan terkadang memberi rasa aman untuk menggunakan atau istilahnya panggung depan, yang di mana mengacu pada suatu tempat di mana pertunjukan itu disampaikan. Panggung depan ini dibagi menjadi dua bagian yaitu panggung pribadi (*personal front*) dan *setting*, yang selanjutnya dapat dibagi menjadi penampilan (*appearance*) dan gaya (*manner*). Panggung pribadi terdiri dari alat-alat yang dapat dianggap khalayak sebagai perlengkapan yang dibawa aktor ke dalam *setting*. Panggung pribadi juga mencakup bahasa verbal dan nonverbal sang aktor, misalnya lirikan mata yang tajam, berbicara sopan, pengucapan istilah-istilah asing, intonasi, postur tubuh, ekspresi wajah, pakaian, penampakan usia, cirri-ciri fisik, dan sebagainya. *Setting* adalah situasi fisik yang harus ada ketika aktor harus melakukan pertunjukan. Goffman mengatakan bahwa “*the fixed sign equipment in asuch aplace has already been refered to as that part or front called setting*” (Goffman, 1959 : 110). Penampilan (*appearance*) adalah stimuli yang memberitahukan status sosial pelaku, sedangkan gaya (*manner*) adalah stimuli yang menggambarkan peranan interaksi yang diharapkan si pelaku.

Ketika seorang SPG rokok berada di lingkungan kerjanya, ia membentuk *image* sesuai dengan *label* nya sebagai seorang SPG. Di sana digambarkan bahwa ia memiliki kepribadian yang baik dengan penampilannya yang terlihat *glamour*, *elegan*, *sexy* dan tampil sempurna dari setiap produk yang ia tawarkan. Selain komunikasi nonverbal, di sini ia pun aktif dalam berinteraksi secara lisan ketika berhadapan dengan konsumen, orang di sekitar lingkungan pekerjaannya dan rekan kerjanya. Ketika menjalin komunikasi secara verbal, seorang SPG lebih menjaga obrolannya dan berucap dengan sopan saat sedang menawarkan produk kepada konsumennya.

Hal-hal tersebut sangat berbeda dengan *image* yang dibangun ketika ia sedang berada dalam kehidupan sosialnya di ruang lingkup kuliah, keluarga dan lingkungan sekitarnya. Seperti yang dikatakan Goffman bahwa pandangan atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang hampir mirip dengan pertunjukan di atas panggung (Mulyana, 2001 : 106)

Dari kejadian di atas, dapat disimpulkan bahwa seorang SPG rokok tersebut memiliki dua kepribadian yang berbeda. Di mana, kepribadian itu telah *disetting* terlebih dahulu supaya memiliki *image* yang berbeda ketika ia menjadi seorang SPG rokok dan ketika ia berada di kehidupan yang sebenarnya. Dalam kajian komunikasi sendiri, hal tersebut merupakan dramaturgi yang telah diperankan oleh seorang SPG rokok tersebut. Dramaturgi sendiri merupakan suatu pendekatan dalam penelitian kualitatif yang menekankan kepada peran manusia dalam kehidupannya. Peran tersebut dibagi menjadi dua, yaitu peran depan dan peran belakang yang menggambarkan bahwa seseorang memiliki dua kepribadian

yang berbeda sesuai dengan pembangunan *image* nya masing-masing. Panggung depan merujuk pada peristiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Panggung belakang kebalikan dari panggung depan, yaitu merujuk pada tempat dan peristiwa yang memungkinkannya mempersiapkan perannya di panggung depan (Mulyana, 2002: 114).

