

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sales Promotion Girl (SPG) merupakan salah satu bidang profesi yang banyak digeluti kaum hawa. Sejarah SPG di Indonesia sendiri sudah ada sejak di zaman Sultan Agung dari kerajaan Mataram. Cerita rakyat yang diceritakan kembali oleh Samsuni (2014), pada masa kerajaan itu ada seorang perempuan bernama Rara Mendut yang konon adalah SPG rokok pertama di Indonesia. Rara mendut adalah anak perempuan yang berasal dari sebuah dusun kecil di kota Pati, Jawa Timur. Kecantikan Rara Mendut telah memukau semua orang, tak terkecuali dari Adipati Pragola penguasa Kadipaten Pati, sampai juga termasuk Tumenggung Wiroguno yang selaku panglima perang Sultan Agung dari kerajaan Mataram yang berkuasa pada saat itu. Singkat cerita, Rara mendut yang bermodal kecantikannya, ia kemudian berjualan rokok *lintingan klobot*. Rokok yang dijual Rara Mendut bukanlah rokok sembarangan dan yang dijual pada umumnya di jaman tersebut. Rokok yang dijualnya adalah rokok yang sebelumnya telah dijilatnya sebagai perekat dan telah dihisap dengan bibirnya, dengan bekas lidah dan bibirnya para pembeli rokok yang gila itu sebenarnya hanya membeli sisa rokok dari Rara Mendut sembari membayangkan kecantikan dan keindahan Rara Mendut.

Berdasarkan pemaparan kisah di atas, peneliti menyimpulkan bahwa kecantikan pada wanita sudah dijadikan sebagai objek bagi masyarakat dari jaman dahulu. Kebanyakan wanita merasa bahwa kecantikan yang dimilikinya mampu menarik atau memberi kesan persuasif terutama pada kaum pria, sesuai dengan pernyataan salah satu informan yang sudah di wawancarai oleh peneliti ketika melakukan studi pendahuluan, “pokoknya kalo dilihat yang nawarin cantik dan enak diajak ngomong aja, mesti bapak-bapak itu langsung beli mas ngga mikir panjang biasanya”. (ND)

Nominal penghasilan yang menjanjikan acapkali membuat para perempuan mempertahankan diri untuk bekerja pada profesi yang dianggap miring oleh sebagian masyarakat ini. Profesi ini digeluti baik secara sukarela maupun terpaksa. Penelitian oleh Purwasih (2013) menjelaskan bahwa pekerjaan SPG bukanlah profesi yang mapan karena ada dua kriteria SPG, yaitu SPG kontrak dan *freelance*. Keduanya juga memiliki batas waktu dalam kerjasama antara *agency* dengan *Sales Promotion Girl*. Ketika kontrak sudah habis, kerjasama antara pihak *agency* dengan SPG terputus, tetapi jika SPG memilih untuk diperpanjang, SPG harus menjaga dan merawat penampilan serta *skill* berkomunikasi agar pihak agen bisa mempertimbangkan perpanjangan kontrak tersebut. Menurut Marx (dalam Ritzer, 2010:63) para pekerja menjadi buruh-buruh yang bebas, membuat kontrak-kontrak bebas dengan para kapitalis. Namun, para pekerja harus menaati syarat dan ketentuan kapitalis karena para pekerja tidak lagi mampu memproduksi demi kebutuhan mereka sendiri. Pekerjaan ini menghasilkan pundi rupiah yang cukup menjanjikan, meskipun si pelakunya harus mengecap kecutnya pandangan masyarakat atas pekerjaan mereka yang dipandang cukup meresahkan kaum ibu-ibu. Perilaku SPG rokok memunculkan persepsi negatif yang terbentuk di masyarakat. Masyarakat memandang negatif SPG karena ketentuan dari perusahaan itu sendiri untuk memikat konsumen yaitu dengan peraturan untuk mengenakan pakaian yang telah ditentukan serta target penjualan yang membebani para pekerja SPG rokok yang jika tidak terpenuhi akan mendapatkan sanksi. Dari sini SPG akan melakukan segala cara agar penjualan produknya memenuhi target. Dede Suryana (2015) menuliskan adanya selebaran kertas ajakan kencan satu malam untuk menarik pembelian rokok oleh salah satu oknum SPG rokok di Bekasi. Memang tidak semua SPG rokok melakukan hal yang serupa untuk menarik pelanggan agar memenuhi target penjualan. Keterbatasan lapangan pekerjaan seringkali memaksa sebagian perempuan untuk menggeluti pekerjaan sebagai SPG. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan peneliti, tidak sedikit

perempuan yang terpaksa melakukan pekerjaan ini, adapula beberapa perempuan yang menikmati peranan mereka pada pekerjaan ini.

Kehidupan kota urban seperti Surabaya yang penuh lalu lalang kepentingan bisnis dan pemasaran menciptakan habitat tersendiri bagi kaum SPG. Suryono (2013) mendapatkan hasil bahwa pekerjaan dengan *skill* khusus sudah dipenuhi oleh pencari pekerjaan yang memiliki tingkat pendidikan tinggi. Profesi SPG dijadikan sebagai pekerjaan utama bagi perempuan yang menempuh pendidikan terakhir Sekolah Menengah Keatas (SMA) atau Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). karena pekerjaan SPG tidak membutuhkan syarat pendidikan yang tinggi tetapi dapat menjanjikan gaji yang besar, sehingga banyak SPG yang termotivasi sehingga mereka bertahan. Profesi ini lebih tepat ditujukan kepada perempuan karena memiliki sikap pandai merayu yang diidentikan atau bermodalkan dengan penampilan cantik, perilaku centil, baju seksi, dan kepandaian berbicara dalam menawarkan sebuah produk. Ciri tersebut seolah sudah terlanjur melekat dan menjadi stereotype bagi kaum SPG. Namun, apakah semua SPG betul-betul secentil dan segenit yang diperkirakan masyarakat. Apakah para SPG itu merasa nyaman saat mereka harus memerankan profesi mereka sebagai SPG. Beberapa hal inilah yang akan coba peneliti gali dalam penelitian kali ini.

Produk rokok sendiri adalah salah satu komoditas yang paling banyak menggunakan perempuan sebagai objek dalam membantu memasarkan benda batang berasap itu. *Sales Promotion Girl* dengan segala kontroversinya, bisa dikatakan cukup banyak berjasa bagi pemasaran produk rokok. Produsen rokok adalah mereka yang cukup peka membidik siapa pangsa pasar dan karakteristiknya. Dengan adanya peran SPG, perusahaan lebih diuntungkan selain bisa mendongkrak penjualan produk rokok, pihak perusahaan tidak perlu repot-repot membuang waktu dan tenaganya. Produk rokok banyak mengharapkan kaum lelaki sebagai konsumen. Laki-laki adalah makhluk yang mencintai sensualitas. Pada dimensi inilah pemasaran memainkan strateginya. Lantas perempuanlah yang akhirnya lebih banyak dibidik menjadi *sales promotion*. Tentu saja pemilihan ini bukan

tanpa tujuan. Perempuan selalu dekat dengan sensualitas, Pakaian sexy dan minim, riasan yang mencolok, dan sikap yang centil dari sebagian SPG dikarenakan tuntutan yang mengharuskan dirinya memiliki kemampuan komunikasi yang baik ketika berusaha menarik perhatian konsumen, dan bahasa tubuh atau simbol-simbol yang mereka lakukan waktu menawarkan barang telah melahirkan persepsi negatif di masyarakat terhadap pekerjaan ini. SPG dinilai hanya mengandalkan kemolekan tubuh dan riasan wajah saja tanpa didasari oleh pendidikan yang tinggi atau keahlian. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa pekerjaan ini secara umum masih dipandang rendah oleh masyarakat, dan dianggap sebagai pekerjaan yang "kurang baik".

Dari hasil penelusuran studi terdahulu tentang Dramaturgi Model Wanita yang dilakukan oleh Ray Burhannuddin pada tahun 2014, Dalam panggung depan wanita yang berprofesi sebagai model, mereka diharuskan untuk bersikap profesional dalam menjalani peran mereka sebagai pembawa seni keindahan yang dibutuhkan oleh klien yang menggunakan jasa mereka. Namun pada saat berhadapan dengan panggung belakang terkadang mereka tidak merasa nyaman dalam menjalani panggung depan dan berusaha menjadi pribadi yang selalu mereka sembunyikan dari panggung depan mereka sebagai model. Sebuah pribadi yang berbeda dari apa yang klien ketahui. Sehingga penelitian ini mengangkat judul *Menjadi Sales Promotion Girl Rokok*.

Subyek dalam penelitian ini adalah perempuan dengan profesinya sebagai SPG rokok yang memainkan peran Dramaturgi dalam kehidupan sosialnya. Pada panggung depan, SPG juga harus menjaga profesionalitasnya sebagai *sales* dengan menyembunyikan perilakunya yang tidak sesuai untuk ditunjukkan pada saat dia berperan sebagai SPG. Pada panggung belakang, berperan sebagai pribadi sebenarnya dan apa adanya di depan keluarga, teman, ataupun di lingkungan pendidikannya. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk mengangkat fenomena

tentang peran yang dilakukan oleh SPG pada panggung depan dan panggung belakang.

1.2 Fokus Penelitian

1. Bagaimana SPG rokok memerankan panggung depan dan panggung belakang di Surabaya?
2. Bagaimana dampak yang dirasakan SPG saat memerankan diri di panggung depan dan panggung belakang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis SPG rokok yang memerankan panggung depan dan panggung belakang di Surabaya, dan dampak yang dirasakan SPG saat memerankan diri di panggung depan dan panggung belakang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Studi ini diharapkan bisa memberikan sumbangan akademis terhadap sosiologi. Dalam penelitian ini juga merupakan bagian dari pengembangan tentang fenomena dramaturgi kelompok sosial yang sedang berkembang di dalam masyarakat, dan juga memberi gambaran tentang bagaimana peran yang dibangun dalam interaksi sosial, selain itu juga diharapkan studi ini dapat memberikan referensi dan acuan bagi studi-studi lainnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu pengetahuan atau deskripsi bagi masyarakat bahwa seseorang dengan profesi sebagai SPG tidak semua mempunyai citra yang negatif. atas berbagai macam proses sosial khususnya yang dilakukan oleh SPG dalam kehidupan sehari-hari dengan lingkungan sekitarnya, juga dapat memberikan gambaran bagi para masyarakat umum mengenai Dramaturgi bagi seseorang sebagai SPG. Selain itu nantinya diharapkan bisa

memberi sumbangsih wawasan dan acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai hal terkait

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Studi Terdahulu

Sebelum penelitian ini, terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai Dramaturgi dan SPG, di antaranya adalah:

Yang pertama penelitian dengan judul “Dramaturgi Model Wanita” Oleh Ray Burhannuddin. Dalam penelitian tersebut peneliti mengambil fokus mengenai bagaimana seorang model wanita bermain peran dalam membentuk dirinya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pemakai jasanya, dan bagaimana model wanita memaknai dirinya (sebagai wanita) dalam menjalani pekerjaannya. Hasil penelitian tersebut Seorang model wanita memiliki dua dunia yaitu dunia panggung depan dan dunia panggung belakang. Seorang model harus siap untuk memiliki tanggung jawab terhadap profesionalitasnya di panggung depan. Panggung depan seorang model yang paling utama adalah ketika dia menjalani perannya sebagai seorang profesional. Dimana mereka melakukan yang perannya di panggung depan demi kepentingan orang yang menjadi audien mereka, yaitu orang yang ingin melihat, menikmati, dan menggunakan jasa mereka sebagai seorang professional dalam bidangnya. Mereka dengan baik menjalankan peran panggung depan mereka dalam sebuah konsep dan tema sesi foto yang akhirnya memberikan kepuasan bagi audiens mereka. Berawal dari ketertarikan terhadap dunia fashion membuat para wanita yang akhirnya menjadi model memilih profesi mereka sebagai model. Anggapan bahwa model itu hanya wanita yang cuma bisa jual tampang dapat mereka elakkan, karena mereka telah membuktikan bahwa mereka adalah mahasiswa, dan orang yang memiliki jiwa sebagai pengusaha. Mereka bisa membagi perannya di panggung depan sebagai Model, anggota keluarga dan masyarakat.

Perbedaan: Peneliti meneliti bagaimana SPG rokok bermain peran di panggung depan dan panggung belakang dan serta dampak menjalani peran sebagai SPG rokok di panggung depan dan panggung belakang.

Yang kedua penelitian M. Zulfahmi yang berjudul “Studi tentang stigmatisasi dan makna terhadap pekerjaan sales promotion girl rokok di Surabaya”. Pada umumnya yang dimaksud dengan strategi SPG adalah semua kegiatan dunia usaha yang ditunjukan untuk meningkatkan penjualan. Termasuk diantaranya: advertising dan personal selling, display, show, exhibition, publicity packing, sampling, dan lain-lain. Adapun beberapa aspek yang telah diuraikan bahwa SPG selain menawarkan barang SPG juga harus dituntut pro aktif dalam pelayanan terhadap konsumen, sehingga para konsumen merasa puas akan pelayanan yang diberikan dan juga SPG dituntut untuk memenuhi target yang telah ditetapkan perusahaan dan bahkan dalam hal ini perusahaan tidak mau tahu bagaimana cara SPG tersebut menjualkan barang asal barang tersebut cepat laku dan memperoleh banyak untung. Ketika profesi SPG selalu dipinggirkan, maka orang yang berkecimpung di dunia SPG dalam dirinya akan merasa bahwa dirinya sudah dianggap negatif oleh masyarakat, sehingga secara otomatis melekat pada diri SPG dengan anggapan bahwa apakah bisa hidup bersandingan di antara orang-orang yang sudah dianggap negatif oleh masyarakat. Sedangkan tidak semua SPG melakukan hal negatif, tetapi dalam kenyataannya profesi SPG rokok ini masih banyak diminati dan digemari para wanita-wanita yang ingin mengapresiasi dirinya sebagai salah satu pekerjaan yang menurut sudut pandang masyarakat sebagai pekerjaan yang negatif. Pada hakikatnya ada banyak faktor yang menentukan persepsi seseorang terhadap sesuatu, mulai dari pengaruh kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, dan latar belakang budaya yang dapat menentukan interpretasi seseorang pada sensasi.

Perbedaan: Peneliti menggunakan teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman, dan berfokus untuk mengetahui bagaimana SPG bermain peran. Dengan studi terdahulu ini, peneliti bisa terbantu mengapa SPG tetap bisa

memainkan perannya di panggung depan sebagai SPG ketika dirinya dianggap negatif oleh sebagian masyarakat.

Yang ketiga penelitian oleh Unsa Faizati Safrina, Achmad Mujab Maskyur yang berjudul “Bekerja Dalam Stigma”. Dalam penelitian ini, peneliti melihat pengalaman bekerja dalam pekerja SPG khususnya produk rokok. Keempat subjek mengalami perubahan kehidupan yang berawal dari pengawalan keputusan bekerja sebagai SPG yang disebabkan latar belakang keluarga. Pengalaman traumatis dan subjek saat bekerja tidak dihiraukan karena adanya motivasi terbesar untuk tetap bertahan dalam pekerjaan ini yaitu gaji yang besar. Meskipun ada pekerja yang memutuskan kontrak tetap dan memilih menjadi SPG *freelance*. Perubahan-perubahan yang terjadi meliputi kestabilan finansial, gaya hidup, perilaku konsumtif serta meningkatnya kepercayaan diri pada subjek. Namun subjek lebih nyaman dengan rekan kerja dan menarik diri dengan lingkungan sosial. Rekan kerja sesama SPG meningkatkan kepercayaan diri pada subjek untuk merokok dan minum minuman beralkohol. Menurut salah satu subjek, berhubungan intim dengan pasangan yang belum menikah adalah hal yang lumrah dilakukan dikalangan SPG rokok sehingga ia juga melakukannya. Perilaku SPG rokok untuk menarik pembeli memunculkan persepsi negatif yang terbentuk di masyarakat. Masyarakat cenderung memandang negatif kepada SPG rokok karena ketentuan dari perusahaan itu sendiri untuk memikat konsumen yaitu peraturan untuk mengenakan pakaian yang telah ditentukan serta target penjualan yang dibebankan kepada pekerja SPG rokok. Dalam hal demikian menurut Samsudin dan Sudrajat (2013) disebut eksploitasi tubuh dari SPG rokok. Seragam SPG rokok yang terbuka dan memperlihatkan lekuk tubuh mampu menarik minat *customer* untuk membeli produk. Selain itu, adanya target penjualan membuat SPG rokok meluangkan waktu yang lama dan menghalalkan segala cara untuk terpenuhi target penjualan. Tidak sedikit juga pekerja SPG rokok merasa risih denan seragam yang ia kenakan.

Perbedaan: Penelitian yang diteliti oleh peneliti saat ini adalah teori Dramaturgi, sedangkan yang digunakan oleh penelitian diatas adalah membahas tentang stigma yang dialami oleh SPG Rokok.

1.5.2 Kajian Teori

Penelitian ini dilakukan untuk memahami panggung depan dan panggung belakang Sales Promotion Girl Rokok dengan menggunakan teori Dramaturgi oleh Erving Goffman.

1. Teori Dramaturgi

Peneliti memilih Dramaturgi sebagai *grand theory* dari penelitian yang dilakukan. Teori Dramaturgi adalah teori yang menjelaskan bahwa interaksi sosial dimaknai sama dengan pertunjukan teater atau drama di atas panggung. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuannya kepada orang lain, melalui pertunjukan dramanya sendiri (Widodo, 2010: 167). Erving Goffman sangat dipegaruhi pemikiran Mead mengenai ketegangan antara diri “I” dan “Me”, diri yang dikontrol oleh kehidupan sosial masyarakat. Ketegangan ini tercermin dalam pemikiran Goffman tentang apa yang disebutkan “ketidaksesuaian diri manusiawi kita dan diri kita sebagai hasil proses sosialisasi” (1959:56). Ketegangan ini disebabkan perbedaan antara apa yang seseorang ingin lakukan secara spontan dan apa yang diharapkan orang lain terhadap tindakan seseorang tersebut. Individu dihadapkan dengan tuntutan untuk melakukan tindakan yang diharapkan oleh masyarakat, selain itu, individu diharapkan tidak ragu-ragu. Seperti dinyatakan Goffman, “kita tidak boleh tunduk pada kestabilan” (1959:56) (Ritzer, 2010:280)

Menurut Goffman, diri bukan milik aktor tetapi lebih sebagai hasil interaksi dramatis antara aktor dan audensi (Ritzer, 2010:280). Goffman juga menyatakan bahwa manusia akan mengelola pesan yang dapat menimbulkan kesan peran pada orang lain ketika melakukan interaksi, atau dengan kata lain, manusia dapat menjadi aktor yang sedang memainkan perannya. Peran adalah suatu ekspetasi

yang didefinisikan secara sosial yang berkembang dan mengatur interaksi spesifik. Goffman juga berpendapat, tujuan orang berinteraksi adalah ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain, yang disebut sebagai pengelolaan pesan. Tetapi ketika menampilkan diri sendiri, aktor menyadari anggota audien dapat mengganggu penampilannya (Ritzer, 2010:280). Akibatnya perilaku aktor tidak diterima oleh audiens sehingga mengacaukan *front stage* aktor.

Goffman berasumsi bahwa saat berinteraksi dengan audiens, sang aktor ingin menyampaikan kesan atau menampilkan perasaan diri bahwa aktor menganggap hubungannya dengan audiens adalah hubungan yang spesial agar audiens merasa akrab dengan aktor meski sebenarnya tidak demikian. Hal ini bertujuan agar dapat diterima oleh audiens (masyarakat) dan tidak mengacaukan panggung depan sang aktor. Bila sang aktor berhasil, maka penonton akan melihat aktor sesuai sudut yang memang ingin diperlihatkan oleh aktor tersebut (Wibowo, 2010). Karena itu hal ini sebagai efek dari penampilan aktor yang merupakan relevansi dari keinginan masyarakat terhadap sang aktor, bukan dari keinginan diri sang aktor tetapi perilakunya dikontrol oleh audiens.

Dalam *front stage* Goffman membagi menjadi 2 bagian yaitu antara *setting* (latar) dan *front personal* (bagian depan pribadi). *Setting* mengacu kepada pemandangan fisik atau tempat yang digunakan jika para aktor memainkan perannya. Tanpa itu aktor tidak dapat memainkan perannya (Ritzer, 2010:281). Kemudian *front personal* ini mengacu pada berbagai perlengkapan yang memperkenalkan aktor kepada audiens dan harus ada di dalam latar serta digunakan untuk membantu peran aktor dalam memainkan perannya.

Goffman membagi pada *personal front* jadi 2 bagian yaitu penampilan dan gaya. Penampilan mengacu kepada berbagai jenis barang yang membantu mengenalkan kepada kita status sosial aktor. Sedangkan gaya, mengenalkan pada audiens peran macam apa yang diharapkan aktor untuk dimainkan dalam situasi tertentu. Umumnya audiens mengharapkan penampilan dan gaya saling selaras.

Sedangkan *back stage*, Goffman menyatakan bahwa panggung belakang merupakan fakta yang disembunyikan di depan atau merupakan tindakan informal sehingga aktor bisa melepas perannya. Di panggung belakang ini sang aktor bisa bebas berperilaku sesuai keinginannya tanpa dikendalikan oleh audiens. Untuk menjaga perannya, aktor berusaha menjauhkan audiens dari panggung belakang. Aktor tidak bisa mengharapkan audiens di depan mereka muncul di *back stage*. Bahkan audiens tidak bisa melihat maupun muncul ke dalam panggung belakang sang aktor.

Peneliti juga mengaitkan fenomena ini dengan *looking glass self* yang dikembangkan oleh Charles H. Cooley sebagai teori yang berkaitan dengan Dramaturgi mengenai makna pada perasaan diri manusia yang ditentukan oleh sikap terhadap orang lain. Konsep dari Dramaturgi mengenai panggung depan dan panggung belakang dianggap sesuai dengan fenomena yang akan diteliti oleh peneliti pada saat *Sales Promotion Girl* bermain peran didepan konsumen dan peran dibelakang konsumen ataupun saat berkegiatan sehari-harinya.

Pemikiran tentang *looking glass self* yang dikembangkan oleh Charles H. Cooley mendefinisikan sebagai “imajinasi yang agak defenitif mengenai bagaimana diri seseorang yakni, gagasan yang ia sediakan yang muncul dalam pikiran tertentu dan semacam perasaan diri seorang yang ditentukan oleh sikap terhadap hubungan pikiran dan perasaan dengan orang. Jadi dalam imajinasi, kita merasakan dalam pikiran orang lain beberapa pemikiran tentang penampilan kita, sikap kita, tujuan kita, perbuatan kita, karakter kita, teman-teman kita, dan lain-lain, dan berbagai hal yang dipengaruhi olehnya.” (Ritzer, 2010: 279)

Menurut Cooley, ada tiga gagasan komponen dalam teori Dramaturgi yang tidak lepas dari *looking glass self* yaitu:

1. Kita membayangkan bagaimana kita tampil bagi orang lain. Misalnya kita seperti melihat dalam cermin dan merasa wajah kita tampan.
2. Kita membayangkan bagaimana penilaian mereka atas penampilan kita. Misalnya kita pikir mereka menganggap kita menarik.

3. Kita membayangkan perasaan diri, seperti malu, bangga, sebagai akibat mengembangkan penilaian orang lain.

Konsep *looking glass self* Cooley dan konsep diri Mead sangat berpengaruh terhadap pengembangan konsep diri teoretis interaksionisme simbolik modern. Blumer mendefinisikan diri dalam pengertian yang sangat sederhana, “apa saja yang diketahui orang lain. Itu berarti bahwa manusia yang dapat menjadikan tindakannya sendiri sebagai objek. ia bertindak terhadap dirinya sendiri dan membimbing dirinya sendiri dalam tindakannya terhadap orang lain atas dasar pemikiran dia menjadi objek bagi dirinya sendiri” (1969b: 12) (Ritzer, 2010: 279). Diri adalah sebuah proses, bukan benda (perinbanayagam, 1985).

Melalui imajinasi kita mempersepsikannya. Peran adalah suatu ekspektasi yang didefinisikan secara sosial yang dimainkan individu. Fokus adalah diri kita yang disituasikan secara sosial yang berkembang dan mengatur interaksi spesifik. Diri adalah hasil kerjasama yang harus di bentuk dalam bentuk baru di setiap interaksi sosial.

Untuk mencapai tujuan manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya. Identitas manusia tidak stabil dan identitas merupakan bagian dari kejiwaan psikologi mandiri. Identitas dapat berubah tergantung interaksi dengan orang lain. Menurut Ritzer pertunjukan drama seorang aktor drama kehidupannya juga harus mempersiapkan kelengkapan pertunjukan, antara lain setting, kostum, penggunaan kata (dialog) tindakan non verbal lain. Tujuannya untuk meningkatkan kesan yang baik pada lawan interaksi dan meluluskan jalan mencapai tujuan. Dramaturgi yang dicetuskan Goffman merupakan pendalaman konsep interaksi sosial, yang lahir sebagai aplikasi atas ide-ide individual yang baru dari peristiwa evaluasi sosial ke dalam masyarakat kontemporer.

Seorang SPG yang dituntut dalam pekerjaannya untuk dapat memiliki kemampuan komunikasi yang baik, guna mempersuasi konsumen untuk membeli produk atau menggunakan jasa dari perusahaan tersebut. Untuk mencapai tujuannya, SPG juga harus mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung

perannya tersebut. Peneliti memspesifikan untuk menggunakan subjek SPG rokok. SPG rokok memiliki tugas untuk mendorong atau meningkatkan penjualan dari produk yang dapat dikatakan berbahaya tersebut, jadi tentunya SPG harus bekerja lebih ekstra agar penjualan produk meningkat dan target pun tercapai. Identitas dapat berubah tergantung interaksi dengan orang lain.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati menurut Bogda dan Taylor (Moleong, 2012:4). Peneliti menggunakan penjelasan deskriptif melalui data yang didapat melalui personal dan observasi pada setiap informan (Moleong, 2007). Dengan cara ini dapat diperoleh data maupun gambaran secara rinci bagaimana SPG bermain perannya pada saat di panggung depan dan di panggung belakang.

Untuk memenuhi fokus penelitian dan teori yang digunakan, peneliti menggunakan paradigma definisi sosial. Paradigma definisi sosial adalah tentang perilaku sosial atau pemikiran seorang individu dalam masyarakat yang memiliki antarhubungan sosial atau mempengaruhi struktur yang ada di dalam masyarakat. Menurut Weber sendiri, paradigma definisi sosial ialah sebagai studi tentang tindakan sosial antar hubungan sosial. Weber merumuskan sosiologi sebagai ilmu yang berusaha untuk menafsirkan dan memahami tindakan sosial serta hubungan sosial untuk sampai pada penjelasan kausal (Ritzer, 2012).

Menurut paradigma ini, proses-proses aksi dari interaksi yang bersumber pada kemauan individu itulah yang menjadi pokok persoalan dari paradigma ini. Paradigma ini memandang, bahwa hakikat dari realitas sosial itu lebih bersifat subjektif dibandingkan objektif menyangkut keinginan dari tindakan individual (Wirawan, 2012).

1.6.2 Setting Sosial dan Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini akan mencari Sales Promotion Girl yang aktif bekerja di kota Surabaya, tepatnya di event-event rokok karena pihak sponsor pasti akan mengharuskan Sales Promotion Girl untuk berjualan menawarkan dagangannya, dan pasar karena selain di event-event rokok, para Sales Promotion Girl juga mobile di pasar-pasar maupun warung ke warung di wilayah yang ditentukan oleh Team Leader (TL)

1.6.3 Teknik Pemilihan Informan

Informan adalah salah satu elemen yang terpenting dalam suatu penelitian karena dari informan tersebutlah peneliti dapat mendapatkan informasi dan data yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian. Maka dari itu peneliti menentukan beberapa teknik penentuan informan, yaitu menggunakan teknik *snowball*.

Informan Subyek: adalah pihak yang mengalami Dramaturginya secara pribadi. Dalam hal ini yang ditetapkan sebagai informan kunci adalah SPG rokok itu sendiri.

Informan non subyek: adalah pihak yang mengetahui proses Dramaturginya secara langsung. Hal ini yang ditetapkan sebagai informan kunci adalah *Team Leader* (TL) dan teman satu tim SPG itu sendiri.

1.6.4 Metode pengumpulan data

Pengumpulan data dalam suatu penelitian memiliki dua jenis berdasarkan sumber atau cara memperolehnya, yaitu data primer dan data sekunder yang didapatkan melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi.

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Observasi sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang sedang diteliti. Menurut hal tersebut, maka peneliti mengamati secara langsung fenomena-fenomena yang terdapat di lokasi penelitian untuk mendapatkan data-data awal penelitian serta pengenalan yang lebih dekat terhadap lokasi penelitian.

Dalam penelitian ini observasi dilakukan peneliti dengan datang langsung ke tempat-tempat informan subyek bekerja sebagai setting sosial dari penelitian. Observasi dilakukan dengan mengamati lingkungan di sekitar informan subyek

tersebut. Di lakukannya observasi ini dengan tujuan agar peneliti dapat memahami situasi serta menetapkan informan.

2. Wawancara Mendalam

Dalam pengumpulan data menggunakan metode snowball yaitu setelah melakukan wawancara dengan informan pertama, informan akan memberikan saran dan informasi mengenai informan selanjutnya. Dalam penelitian ini setelah mewawancarai informan subjek yang pertama, maka penulis akan meminta saran mengenai informan selanjutnya.

Wawancara mendalam berisikan daftar pertanyaan yang bersifat terbuka dengan tujuan ingin memperoleh jawaban yang mendalam. Rangkaian pertanyaan yang tersusun dalam wawancara mendalam tidak di lengkapi dengan option jawaban yang sudah ditentukan terlebih dahulu, tetapi jawaban yang dihendaki justru seluas, serinci, dan selengkap mungkin. Singkat kata, wawancara mendalam adalah semacam rambu-rambu yang digunakan untuk mengarahkan seorang peneliti agar tidak menjebak mencari data di luar permasalahan dan tujuan penelitian.

Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer didapat dari observasi secara langsung sebelum dilakukannya kegiatan wawancara untuk mencari data dengan melihat realita dilapangan secara langsung. Selain observasi pengumpulan data diperoleh dengan melakukan wawancara terhadap informan pertama yang peneliti jadikan kunci informan setelah itu informan pertama merekomendasikan informan lainnya, wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman yang dibuat sebelum melakukan upacara berupa point pertanyaan serta menggunakan alat berupa handphone yang digunakan sebagai kamera serta alat perekam suara.

2. Data Sekunder

Data sekunder di peroleh dari literatur berupa buku yang berkesinambungan dengan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam penulisan penelitian ini,serta menggunakan jurnal-jurnal dari penelitian terdahulu mengenai penelitian yang terkait serta jurnal lainnya.Selain media cetak berupa buku data sekunder yang digunakan untuk menunjang penulisan laporan penelitian ini, peneliti juga menggunakan media cyber berupa internet untuk pencarian kelengkapan informasi serta mencari mengenai data yang tidak tercantum pada sumber lainnya. Selain jurnal melalui media cetak penelitian ini juga memanfaatkan adanya jurnal online yang dapat diakses melalui internet untuk kelengkapan data yang dibutuhkan dalam penulisan penelitian ini.

3. Literatur

Literatur juga dapat diartikan sebagai rujukan yang digunakan untuk mendapatkan informasi tertentu. Literatur dapat juga berupa buku, jurnal, skripsi, artikel maupun referensi lainnya yang masih berkaitan dengan permasalahan yg diangkat oleh peneliti. Literatur dapat digunakan peneliti untuk membantu penelitian dan dapat digunakan sebagai rujukan dalam penelitian. Literatur bisa didapatkan melalui media internet dan non internet.

4. Dokumentasi

Dalam penelitian kualitatif, prosedur pengumpulan data tidak memiliki suatu pola yang pasti, sebab disain serta fokus penelitian dapat mengalami perubahan yang bersifat emergent akan tetapi untuk mempermudah pengumpulan data.

Dalam penelitian ini, peneliti melengkapi diri dengan buku catatan, tape recorder dan kamera. Peralatan-peralatan tersebut digunakan agar dapat merekam informasi verbal maupun non-verbal selengkap mungkin, walaupun dalam penggunaannya memerlukan kehati-hatian sehingga tidak mengganggu responden.

1.6.5 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini penganalisisan data dilakukan dengan pengumpulan informasi sebagai data dalam bentuk transkrip wawancara dalam bentuk tulisan yang rinci dan lengkap mengenai apa yang dilihat dan di dengar baik secara langsung maupun dari rekaman dengan tujuan peneliti mendapatkan data atau informasi yang dapat menjawab semua pertanyaan atau fokus dalam penelitian ini. Pengolahan data tersebut disesuaikan dengan kebutuhan analisis yang akan dikerjakan. Proses awal pengolahan data dimulai dengan melakukan editing setiap data yang masuk. Transkrip wawancara ditulis dengan sesuai keaslian dari ucapan informan saat pelaksanaan *indepth interview* (bahasa daerah/ asing, bahasa “khusus” dll). Hasil transkrip dikategorisasi untuk menjawab fokus penelitian.

Kategorisasi data digunakan untuk menjelaskan fokus penelitian dari hasil pengamatan/ wawancara mendalam. Setelah itu, analisis terhadap transkrip menangkap makna dari teks untuk menunjukkan bagaimana makna dominan dan makna yang bersifat unik dan spesifik, lain dari pola umum; menunjukkan makna yang melekat dalam suatu teks, utamanya makna tersembunyi yang terkandung dalam teks; dan menganalisis bagaimana teks berkaitan dengan kehidupan, pengalaman, kenyataan, dan hal-hal yang bermakna tentang subjek penelitian. Kemudian, analisis data digunakan untuk mencari pemahaman mendalam terhadap realitas sosial yang diteliti sebagaimana realitas sosial tersebut dipahami oleh subjek penelitian dan melakukan interpretasi terhadap makna di balik perkataan dan tingkah laku subjek penelitian.