

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Dramaturgi

Dramaturgi adalah teori seni teater yang dicetuskan oleh Arestoteles dalam karya agunginya *Poetics* (350 SM) yang di dalamnya terdapat kisah paling tragis *Oedipus Rex* dan menjadi acuan bagi dunia teater, drama, dan perfilman sampai saat ini. Kemudian dikembangkan oleh Erving Goffman (1959), salah seorang sosiolog yang paling berpengaruh pada abad 20 telah memperkenalkan dramaturgi dalam bukunya yang berjudul "*The Presentation of Self in Everyday Life*".

Konsep dramaturgi Goffman ini lebih bersifat penampilan teateris. Yakni memusatkan perhatian atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan drama di panggung. Ada aktor dan penonton. Tugas aktor hanya mempersiapkan dirinya dengan berbagai atribut pendukung dari peran yang ia mainkan, sedangkan bagaimana makna itu tercipta, masyarakatlah (penonton) yang memberi interpretasi. Individu tidak lagi bebas dalam menentukan makna tetapi konteks yang lebih luas menentukan makna (dalam hal ini adalah penonton dari sang aktor).

Karyanya melukiskan bahwa manusia sebagai manipulator simbol yang hidup di dunia simbol. inti dari dramaturgi adalah menghubungkan tindakan dengan maknanya, dan dalam pandangan dramaturgi tentang kehidupan sosial, makna bukanlah warisan budaya,

sosialisasi, atau tatanan kelembagaan, atau perwujudan dari potensi psikologis dan biologis, melainkan pencapaian problematik interaksi manusia dan penuh dengan perubahan, kebaruan, dan kebingungan. Namun yang lebih penting lagi, makna bersifat behavioral, secara sosial terus berubah, abitrer, dan merupakan ramuan interaksi manusia. Maka atas suatu simbol penampilan atau perilaku sepenuhnya bersifat serba mungkin, sementara atau situasional.

Dapat dikatakan juga pendekatan dramaturgi Goffman khususnya berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola kesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Maka, fokus pendekatan dramaturgis adalah bukan apa yang orang lakukan, apa yang ingin mereka lakukan, atau mengapa mereka melakukan, melainkan bagaimana mereka melakukannya (Mulyana, 2008: 107).

Panggung Pertunjukan Melalui perspektif dramaturgi, kehidupan ini ibarat teater, perilaku manusia dalam sebuah interaksi sosial mirip dengan sebuah pertunjukan di atas panggung dengan menampilkan berbagai peran yang dimainkan oleh sang aktor.

Menurut Goffman, kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi “wilayah depan” (*front region*) dan “wilayah belakang” (*back region*). Wilayah depan ibarat panggung sandiwara bagian depan (*front stage*) yang ditonton khalayak penonton, sedangkan wilayah belakang ibarat panggung sandiwara bagian belakang (*back stage*) atau kamar rias

tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan (Mulyana, 2008: 114).

Goffman juga melihat bahwa ada perbedaan akting yang besar saat aktor berada di atas panggung ("*front stage*") dan di belakang panggung ("*back stage*") drama kehidupan. Kondisi akting di *front stage* adalah adanya penonton (yang melihat kita) dan kita sedang berada dalam bagian pertunjukan.

Saat itu kita berusaha untuk memainkan peran kita sebaikbaiknya agar penonton memahami tujuan dari perilaku kita. Perilaku kita dibatasi oleh konsep-konsep drama yang bertujuan untuk membuat drama yang berhasil (lihat unsur-unsur tersebut pada *impression management* diatas). Sedangkan *back stage* adalah keadaan dimana kita berada di belakang panggung, dengan kondisi bahwa tidak ada penonton. Sehingga kita dapat berperilaku bebas tanpa memedulikan plot perilaku bagaimana yang harus kita bawaikan. Lebih jelas akan dibahas tiga panggung pertunjukan dalam studi dramaturgi.

Front Stage (Panggung Depan) Merupakan suatu panggung yang terdiri dari bagian pertunjukkan (*appearance*) atas penampilan dan gaya (*manner*). Di panggung inilah aktor akan membangun dan menunjukkan sosok ideal dari identitas yang akan ditonjolkan dalam interaksi sosialnya. Pengelolaan kesan yang ditampilkan merupakan gambaran aktor mengenai konsep ideal dirinya yang sekiranya bisa

diterima penonton. Aktor akan menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukan mereka.

Melalui aspek *front stage*, *back stage*, dan aspek *middle stage* yang menjadi fokus perhatian dalam penelitian yang mengkaji tentang presentasi diri yang dikemukakan oleh Goffman, peneliti dapat menganalisa presentasi diri dari pengamen topeng dalam perspektif dramaturgi.

Back Stage (Panggung Belakang) Panggung belakang merupakan wilayah yang berbatasan dengan panggung depan, tetapi tersembunyi dari pandangan khalayak. Ini dimaksudkan untuk melindungi rahasia pertunjukan, dan oleh karena itu khalayak biasanya tidak diizinkan memasuki panggung belakang, kecuali dalam keadaan darurat. Di panggung inilah individu akan tampil “seutuhnya” dalam arti identitas aslinya (Mulyana, 2008: 115).

B. Guest Relations Officer GRO

1. Definisi *Guest Relations Officer*

Guest Relation Officer merupakan salah satu bagian dari hotel yang bertugas menjaga agar hubungan tamu dan pihak hotel selalu baik, diantaranya mencoba untuk mengantisipasi komplain-komplain dari tamu, menampung dan mencari jalan keluar sehingga tamu merasa diperhatikan, merasa puas dan selalu akan datang kembali. (Sugiarto, 2000: 111).

GRO bertugas menerima dan *mencheck in*-kan tamu dengan efisien, penuh perhatian, ramah tamah, sopan santun, mencarikan kamar tamu dan mengatasi masalah dengan tamu yang menyangkut pelayanan khusus. *GRO* bertugas memberikan informasi tentang fasilitas hotel dan penanganan keluhan. Bagian ini paling banyak memberikan perhatian dan berhubungan langsung dengan pihak luar yang mempunyai kepentingan dengan hotel, seperti: tamu, pengunjung, dan lain-lain.

Petugas *GRO* harus mampu berkomunikasi dengan baik terhadap tamu dan sesama karyawan. Pemberian informasi yang benar terhadap pihak yang membutuhkan harus bisa dilakukan oleh petugas *GRO* untuk menghindari adanya keluhan tamu (*guest complaint*). Kemampuan menjawab pertanyaan dari tamu berarti juga memberikan kepuasan kepada tamu dalam hal pemberian informasi. Kepuasan tamu akan memberikan nilai positif bagi perkembangan hotel secara umum.

Menurut Bambang Sujianto, seorang *guest relation officer* berada di *lobby* dengan sikap yang selalu siap membantu. Tugas utama *GRO* adalah untuk memastikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh semua petugas hotel memuaskan. Pelaksanaanya meliputi beberapa hal berikut ini:

- a. Menerima pesanan kedatangan tamu VVIP/VIP (*Very Very Important Person/Very Important Person*).
- b. Memilih dan mengecek langsung untuk meyakinkan bahwa kamar sudah siap untuk digunakan oleh tamu.
- c. Menyiapkan segala fasilitas sesuai dengan standar yang berlaku.
- d. Menyiapkan informasi untuk keperluan internal agar semua petugas hotel mengetahui adanya tamu penting (VVIP/VIP) yang akan menginap maupun yang sudah menginap.
- e. Menyiapkan surat/kartu selamat datang dan meletakkannya di tempat yang tepat di kamar sebelum tamu tiba.
- f. Menyambut tamu pada saat kedatangannya, terutama untuk tamu penting dan grup.
- g. Berusaha untuk berkomunikasi dengan para tamu, baik secara langsung maupun melalui telepon dengan memilih waktu yang tepat sehingga tidak mengganggu tamu.
- h. Mengantar tamu saat akan meninggalkan hotel.
- i. Mengisi *guest history record*. (Bambang Sujatno, 2006: 53-54)

2. Peran *Guest Relation Officer*

Seorang *GRO* berada di *lobby* dengan sikap yang selalu siap untuk membantu memberikan informasi kepada tamu dan siap dalam menghadapi *complaint* dari tamu. *GRO* juga harus selalu siap dan harus tahu apa yang harus dilakukan dalam menangani dan menyelesaikan masalah yang dialami tamu hotel. Hubungan komunikasi antara hotel dengan tamu harus dijaga dengan baik, karena hubungan yang baik akan memberikan kontribusi terhadap hotel.

Dari hal tersebut peranan *GRO* sangat dibutuhkan sebagai jembatan penghubung antara hotel dengan tamu, maka hal yang harus diperhatikan oleh *GRO* antara lain:

a. *First Impression* Kesan pertama adalah suatu bagian untuk menciptakan hubungan yang positif antar hotel dengan tamu. *Good first impression* akan memberikan dampak yang positif, misalnya tamu akan berkesan berkunjung kembali ke hotel.

b. *Personal Appearance* Penampilan diri petugas *GRO* harus diperhatikan karena akan berdampak terhadap hubungan secara langsung pada tamu. Petugas *GRO* harus memperhatikan penampilan dirinya, apakah *uniform* yang dipakai dalam keadaan bersih, rapi dan wangi, sudah dipakai secara benar, sepatu sudah

selaras dengan *uniform, make up* sudah sesuai dan rambut sudah disanggul dengan rapi. Di samping itu harus diperhatikan pula tentang *personal behavior* atau tingkah laku pribadi pada saat menghadapi tamu yaitu ramah, berpengetahuan luas, jujur dan dapat mengendalikan diri dari emosi.

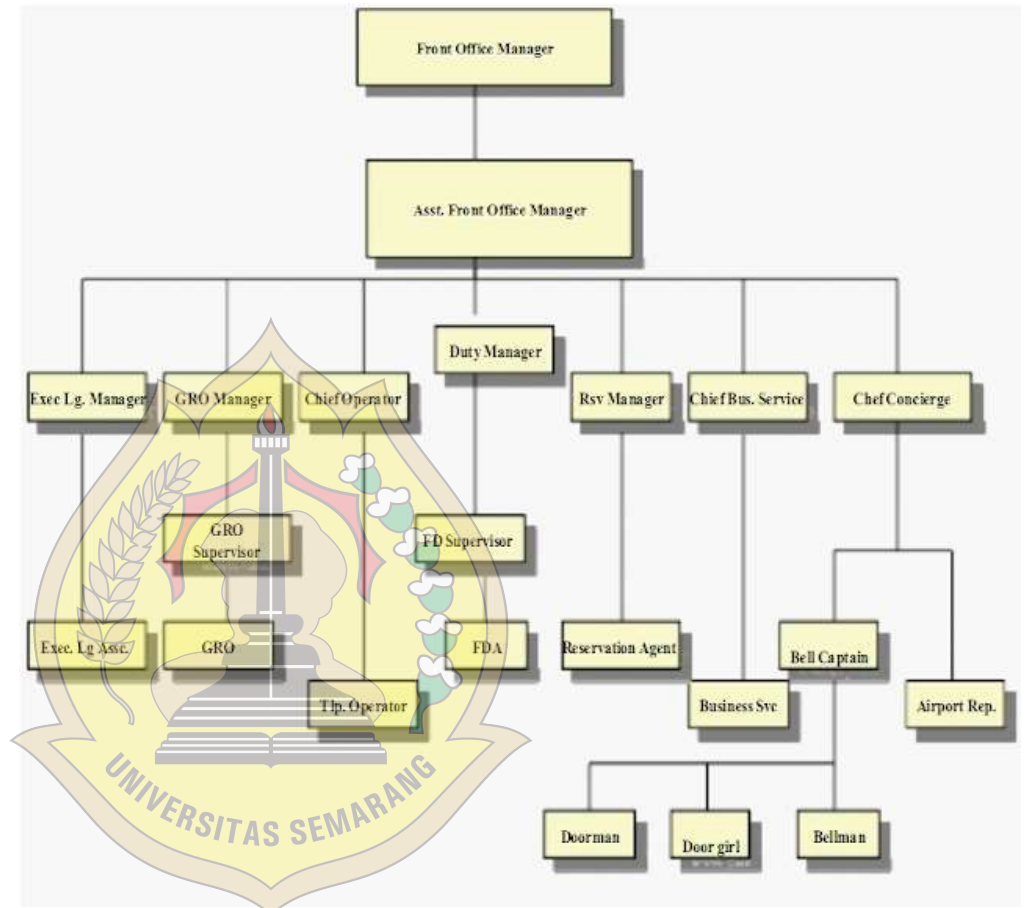
c. *Communication* Kemampuan untuk bekerjasama dengan orang lain adalah modal yang paling berharga. Kemampuan bekerjasama dengan orang lain hanya akan terwujud jika masing-masing individu dapat saling berkomunikasi dengan baik pula.

d. *Dealing with Complaint* Sikap yang positif akan mempermudah dalam menangani keluhan tamu. Keluhan tertentu dapat diartikan sebagai suatu hal yang tidak terduga, sehingga sebagai *GRO* harus selalu berani menghadapi dan menyelesaikan setiap keluhan tamu.

3. Struktur Bagan *GRO*

Struktur organisasi di kantor depan hotel dipengaruhi oleh besar atau kecilnya hotel, banyak atau sedikitnya jumlah karyawan serta sistem operasional yang digunakan di hotel. Semakin besar hotel semakin rumit pula struktur yang digunakan, begitu pula sebaliknya jika hotel itu kecil, maka

strukturnya organisasinya pun sederhana. Berikut ini adalah contoh struktur organisasi kantor depan pada hotel besar.



USM

Jika dilihat dari struktur organisasi diatas bahwa pimpinan tertinggi dibagian ini adalah Front Office Manager yang membawahi para manager, Chief atau Chef. Adapun petugas bawahannya adalah Executive Lounge Assistant, Guest Relation Supervisor , Front Desk Supervisor, Reservation Agent, Business Service, Bell Captain, Airport Representative, Guest Relation Officer(GRO), Telephone Operator, Front Desk Agent (FDA), Reservation Agent, Doorman/doorgirl, Bellman.

4. Deskripsi pekerjaan GRO

a. Area kerja : lobby, front office, executive lounge, kamar tamu

b. Ringkas pekerjaan : mengantarkan tamu dan memberikan layanan informasi dan bantuan keperluan tamu selama tinggal di hotel.

c. Atasan langsung : GR Supervisor tugas pokok.

1) Memantau tamu VIP yang menginap, datang dan berangkat

2) Memberikan informasi tentang hotel kepada tamu dan pengunjung

3) Beramah tamah dengan tamu langganan, tamu yang menginap di lantai eksekutif dan VIP pada saat kedatangan

4) Beramah tamah dengan tamu yang baru pertama kali datang & tamu yang menginap untuk jangka waktu yang lama(long staying guest)

5) Membuat kartu ucapan selamat datang(welcome card) untuk tamu

6) Menyambut tamu VIP di lobby

7) Mengantar tamu VIP dan menjelaskan kamar yang akan ditempati tamu sambil membawakan kunci kamar.

C. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapan.

Bernard Berelson dan Gary A. Steiner mendefinisikan komunikasi sebagai: “transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, gambar, figure, grafik, penampilan dan sebagainya”. Definisi yang mensyaratkan kesengajaan dari komunikasi dikemukakan oleh Gerald R Miller, yang menyatakan bahwa komunikasi sebagai “situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima” (Mulyana, 2008: 68).

Pendapat lain juga diungkapkan oleh Shanon dan Weaver yang menyatakan bahwa komunikasi adalah : “Bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau

tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi” (Wiryanto, 2004 :7).

Dari beberapa definisi yang disampaikan para ahli dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses di mana seseorang (komunikator) menyatakan pesan yang dapat berupa gagasan untuk memperoleh “*commones*” dengan orang lain (komunikate) mengenai objek tertentu di mana komunikate merubah tingkah lakunya sesuai dengan yang diharapkan komunikator. Jika di antara dua orang yang berkomunikasi itu terdapat persamaan pengertian, artinya tidak ada perbedaan terhadap pengertian tentang sesuatu, maka terjadilah situasi yang disebut kesepemahaman.

1. Sifat Komunikasi

Sifat komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy (

dalam Dicky,2010) ada beberapa macam, yaitu sebagai berikut:

- a. Tatap muka (face-to-face)
- b. Bermedia (mediated)
- c. Verbal (verbal)
 - 1) Lisan (oral)
 - 2) Tulisan (written/priated)
- d. Nonverbal
 - 1) Gerakan /isyarat badaniah (gestural)

2) Bergambar (pictorial).

Komunikator dituntut untuk memiliki kemampuan dan sarana agar mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari komunikan, sehingga maksud dari pesan yang tersampaikan dapat berjalan dengan efektif. Komunikasi dengan tatap muka (*face-to-face*) dilakukan antara komunikator dengan komunikan secara langsung, tanpa menggunakan media apapun kecuali bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia dilakukan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan media sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan nonverbal. Verbal dibagi kedalam dua macam yaitu lisan (*oral*) dan tulisan (*written/printed*). Sementara nonverbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gestural*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan sebagainya, serta menggunakan gambar untuk mengemukakan idea tau gagasannya.

2. Tujuan Komunikasi

Kegiatan atau upaya komunikasi yang dilakukan tentunya mempunyai tujuan tertentu. Tujuan yang

dimaksud disini menunjuk pada suatu hasil atau akibat yang diinginkan oleh pelaku komunikasi. Secara umum, Wilbur Schramm menyatakan bahwa tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif kepentingan yakni kepentingan sumber atau pengirim atau komunikator dan kepentingan penerima atau komunikan. Dengan demikian maka tujuan komunikasi yang ingin dicapai dapat digambarkan sebagai berikut.

a. Tujuan Komunikasi dari sudut kepentingan

sumber

1) Memberikan Informasi

2) Mendidik

3) Menyenangkan atau menghibur

4) Mengajukan suatu tindakan atau

persuasi

b. Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan

penerima

1) Memahami Informasi

2) Mempelajari

3) Menikmati

4) Menerima atau menolak anjuran

(Sendjaja, 2004:2)

Menurut Onong Uchjana Effendy, tujuan dari komunikasi adalah:

- a. Perubahan sikap (*attitude change*)
- b. Perubahan pendapat (*opinion change*)
- c. Perubahan perilaku (*behavior change*)
- d. Perubahan sosial (*social change*). (Effendy,

2003: Sedangkan tujuan komunikasi pada umumnya menurut H. A. W. Widjaja adalah sebagai berikut:

- a. Supaya yang disampaikan dapat dimengerti.

Sebagai komunikator harus dapat menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang dimaksud oleh pembicara atau penyampai pesan (komunikator).

- b. Memahami orang Sebagai komunikator harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya. Jangan hanya berkomunikasi dengan kemauan sendiri.

- c. Supaya gagasan dapat diterima oleh orang lain Komunikator harus berusaha agar gagasan dapat diterima oleh orang lain dengan menggunakan pendekatan yang persuasif bukan dengan memaksakan kehendak.

d. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu Menggerakkan sesuatu itu dapat berupa kegiatan yang lebih banyak mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang kita kehendaki (Widjaja, 2000: 66).

Jadi, secara keseluruhan dapat dipahami bahwa tujuan dari komunikasi tidak terlepas dari bagaimana manusia mengisi hidupnya dalam pola interaksi sosial yang tercipta antara satu dengan lainnya. Baik untuk aktualisasi diri, interaksi, eksistensi, ekspresi, apresiasi maupun menciptakan esensi dalam hidupnya.

3. Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi Menurut Widjaja dalam karyanya “Ilmu Komunikasi pengantar studi” apabila dipandang dari arti yang lebih luas adalah sebagai berikut :

- a. Informasi.
- b. Sosialisasi.
- c. Motivasi.
- d. Perdebatan dan diskusi.
- e. Pendidikan.
- f. Memajukan kehidupan.
- g. Hiburan.
- h. Integrasi. (Widjaja, 2000: 59-60).

Komunikasi merupakan ajang pertukaran informasi bagi masyarakat dimana masyarakat merupakan manusia yang memerlukan sosialisasi didalam kehidupannya. Dengan komunikasi juga dapat mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

D. Definisi Perilaku

Perilaku merupakan hasil daripada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Perilaku merupakan respon atau reaksi seorang individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya (Notoatmojo, 2010). Perilaku merupakan fungsi karakteristik individu dan lingkungannya.

Karakteristik individu meliputi berbagai variabel seperti motif, nilai-nilai, sifat, keperibadian, dan sikap yang saling berinteraksi satu sama lain dan kemudian berinteraksi pula dengan faktor-faktor lingkungan dalam menentukan perilaku. Faktor lingkungan memiliki kekuatan besar dalam menentukan perilaku, bahkan kekuatannya lebih besar daripada karakteristik individu (Azwar, 2010).

Perilaku manusia (*human behavior*) merupakan reaksi yang dapat bersifat sederhana maupun bersifat kompleks. Pada manusia khususnya dan pada berbagai spesies hewan umumnya memang terdapat bentukbentuk perilaku instinktif (*species-specific behavior*)

yang didasari oleh kodrat untuk mempertahankan kehidupan. Perilaku manusia merupakan hasil dari pada segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan (Kesmas, 2013).

Kurt Lewin berpendapat bahwa perilaku manusia adalah suatu keadaan yang seimbang antara kekuatan-kekuatan pendorong (*driving forces*) dan kekuatan-kekuatan penahan (*restining forces*). Perilaku itu dapat berubah apabila kekuatan-kekuatan dalam diri tersebut memiliki ketidakseimbangan di dalam diri seseorang maka ada tiga terjadinya perubahan perilaku, (Notoatmodjo, 2007).

Kekuatan – kekuatan pendorong meningkat sehingga akan terjadinya pendorong untuk perubahan perilaku. Stimulus ini berupaya penyuluhan atau informasi yang diberikan. Kekuatan kekuatan penahan melemah sehingga akan menurunkan kekuatan penahan. Kekuatan pendorong meningkat, kekuatan penahan menurun.

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

Menurut Kesmas (2013) kesehatan individu dan masyarakat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor perilaku dan faktor-faktor diluar perilaku (nonperilaku). Selanjutnya faktor perilaku ini ditentukan oleh tiga kelompok faktor seperti

perilaku seseorang berhubungan faktor predisposisi, faktor pemungkinan dan faktor penguat.

Oleh sebab itu, akan diuraikan hal-hal yang berkaitan dengan perilaku serta hal-hal yang berhubungan dengan perilaku yaitu:

a. Faktor predisposisi (*predisposing factor*), faktor predisposisi mencakup pengetahuan, sikap, keyakinan, nilai dan persepsi, berkenaan dengan motivasi seorang atau kelompok untuk bertindak. Sedangkan secara umum faktor predisposisi ialah sebagai preferensi pribadi yang dibawa seseorang atau kelompok kedalam suatu pengalaman belajar. Hal ini mungkin mendukung atau menghambat perilaku sehat dalam setiap kasus, faktor ini mempunyai pengaruh. Faktor demografis seperti status sosial-ekonomi, umur, jenis kelamin dan ukuran keluarga saat ini juga penting sebagai faktor predisposisi.

b. Faktor pemungkin (*enabling factor*), mencakup berbagai keterampilan dan sumber daya yang perlu untuk melakukan perilaku kesehatan. Sumber daya itu meliputi fasilitas pelayanan kesehatan, personalia klinik atau sumber daya yang serupa itu. Faktor pemungkin ini juga menyangkut keterjangkauan berbagai sumber daya,

biaya, jarak ketersediaan transportasi, waktu dan sebagainya.

- c. Faktor penguat (*reinforcing factor*). Faktor penguat adalah faktor yang menentukan tindakan kesehatan memperoleh dukungan atau tidak. Sumber penguat tergantung pada tujuan dan jenis program. Di dalam pendidikan pasien, faktor penguat bisa berasal dari perawat, bidan dan dokter, pasien dan keluarga.

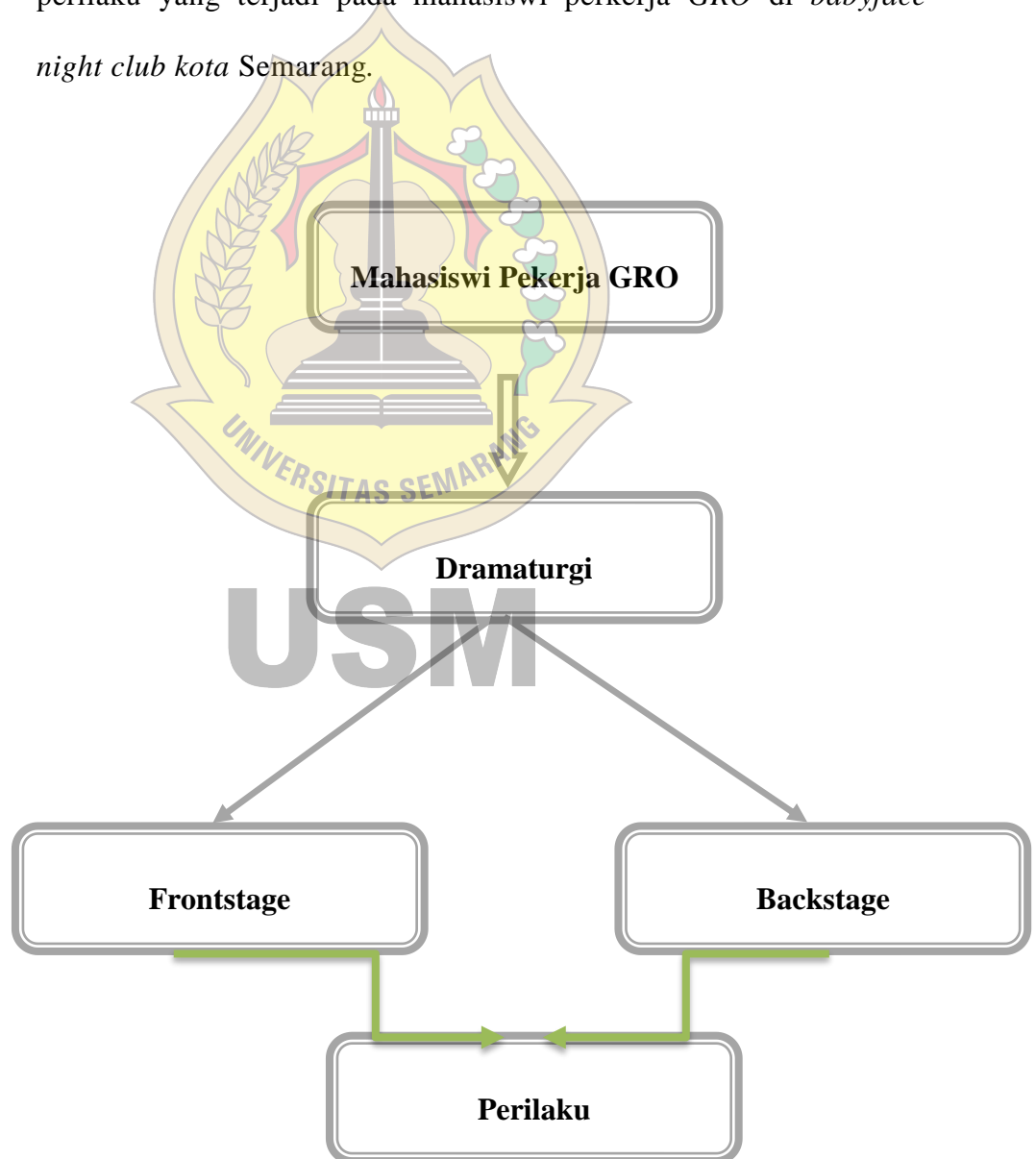
Bentuk perubahan perilaku perubahan perilaku sangat bervariasi, sesuai dengan konsep yang digunakan para ahli dalam pemahamannya terhadap perilaku. Menurut WHO (*World Health Organization*) dikelompokkan menjadi tiga, (Notoatmodjo, 2007) yaitu:

- a. Perubahan alamiah (*Natural Change*) Perilaku manusia dari waktu ke waktu pasti memiliki perubahan dan perubahan itu disebabkan karena kejadian alamiah
- b. Perubahan terencana (*Planned Change*) Perubahan terencana ini terjadi karena adanya perencanaan sendiri oleh subjek yang akan merubah perilakunya sendiri
- c. Kesediaan untuk berubah (*Readdiness to Change*) Apabila terdapat inovasi atau program-program pembangunan di dalam masyarakat, maka yang sering terjadi adalah subjek akan menerima inovasi tersebut atau perubahan

tersebut (perubahan perilakunya), dan sebagian orang lagi sangat lambat untuk menerima inovasi atau perubahan tersebut.

E. Kerangka Berfikir

Alur kerangka praktis dalam peneliti ini peneliti akan mengkaji bagaimana dramaturgi *frontstage* dan *backstage* pada perilaku yang terjadi pada mahasiswi perkerja GRO di *babyface night club kota Semarang*.



Berdasarkan pada kerangka berfikir diatas, yang dimana penelitian ini berdasar pada perspektif dramaturgi, dimana merupakan studi yang mempelajari proses dari perilaku. Dalam mengamati proses perilaku, peneliti mengamati secara subyektif dari pelaku dramaturgi karena untuk mengetahui lebih dalam proses tersebut berlangsung.

