

Representasi Diri Frontliner Bank Tabungan Negara (Studi Dramaturgi Customer Service dalam Memisahkan Panggung Depan Dan Panggung Belakang)

Agita Berlian Oktantia^{1*}, Arief Sudrajat²

^{1,2}Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial, FISH-Unesa

agita.19037@mhs.unesa.ac.id

Abstract

Customer service is the front guard in the BANK service system whose job is to deal directly with customers. The services provided by customer service to customers are image management that have been determined through office SOPs. Not all customer service has a friendly and patient personality, some customer service actually has a personality that is inversely proportional when behind the scenes. The purpose of this research is to identify the front stage and back stage of BTN KC Mulyosari customer service, featuring other characters in a drama performance. This research method is qualitative using an ethnomethodological approach. This study uses Dramaturgy theory by Erving Goffman which discusses the front stage and back stage. The results of the study show that there is a difference between the front stage and the back stage for BTN bank customer service. One of them showed a striking side on the back stage. On the front stage he is very friendly while the back stage shows his bitchy nature.

Keywords: customer service, dramaturgy, front stage, back stage.

Abstrak

Customer service merupakan garda terdepan pada sistem pelayanan BANK yang tugasnya berhubungan langsung dengan nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh customer service kepada nasabah merupakan manajemen kesan yang sudah ditetapkan melalui SOP kantor. Tidak semua customer service memiliki kepribadian yang ramah dan sabar, beberapa customer service justru memiliki kepribadian yang berbanding terbalik saat dibalik layar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi panggung depan dan panggung belakang customer service BTN KC Mulyosari. menampilkan karakter lain dalam pertunjukan drama. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan Etnometodologi. Penelitian ini menggunakan teori Dramaturgi oleh Erving Goffman yang membahas mengenai panggung depan (front stage) dan panggung belakang (back stage). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara panggung depan dan panggung belakang bagi customer service bank BTN. Satu diantaranya memperlihatkan sisi yang mencolok pada panggung belakang. Pada panggung depan sangat ramah sedangkan panggung belakang menampilkan sifat judesnya.

Kata Kunci : customer service, dramaturgi, panggung depan, panggung belakang.

1. PENDAHULUAN

Customer Service merupakan salah satu divisi atau unit yang memegang peran penting dalam proses pertahanan citra sebuah lembaga atau perusahaan. Dalam memberikan pelayanannya, mereka dituntut harus dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan baik sebagai sarana penghubung antara perusahaan dengan masyarakat (customer). Customer service dituntut harus memiliki sikap yang bijak terlebih jika menghadapi segala bentuk komplain, keluhan serta masukan dari konsumen. Bentuk pelayanan terhadap konsumen yang baik ini yang nantinya akan menentukan faktor keberhasilan bisnis dari sebuah perusahaan tersebut.[1]

Istilah customer service erat kaitannya dengan layanan pada Bank. Lokasi yang dipilih merupakan bank yang dikabarkan menjadi pemimpin pasar kredit kepemilikan rumah (KPR) yakni Bank Tabungan Negara atau (BTN). Dalam menjalannya perannya sebagai customer service di Bank

BTN, tidak jarang orang awam melihat seperti ada yang mengontrol mereka. Beberapa peraturan kerja dibuat untuk mereka jalankan. Mereka ibarat sebuah robot yang telah disesuaikan oleh sistem untuk memenuhi kepuasan nasabah. Mereka dituntut bekerja secara optimal sesuai standar perusahaan yang sering disebut dengan SOP (standar operasional prosedur). [2]

Apa yang dilakukan customer service dalam menghadapi tuntutan pekerjaannya merupakan panggung depan yang hanya ditonjolkan demi pemenuhan sebuah standar. Mereka seolah-olah bermain drama pada panggung depan layaknya sedang memerankan sebuah pertunjukan drama. Makna penggunaan panggung depan tidak sebatas pelayanan yang berbasis tindakan maupun perkataan secara visual, namun lebih dari itu terkadang secara tidak sadar pengimplementasian panggung depan teraplikasikan oleh para customer service. Seperti misalnya pengendalian emosi serta ego ketika sedang berinteraksi dengan customer. Hal ini bukan tanpa sebab, melainkan karena seringnya tuntutan berbasis pelayanan prima kepada customer sehingga alam bawah sadar mereka akan langsung menjalankan ketika telah pada situasi dan kondisi yang semestinya. [3]

Upaya customer service memerankan panggung depan dan panggung belakang sesuai dengan tempatnya disebut dengan representasi diri. Representasi diri yang diharapkan dari seorang Customer Service yakni mampu menampilkan diri supaya disenangi oleh lawan bicara atau nasabah. Dalam proses presentasi diri biasanya individu akan melakukan impression management (pengelolaan kesan). Tujuannya agar dapat mempengaruhi orang lain, disukai orang lain, memperbaiki posisi, memelihara status dan sebagainya. [3]

2. KAJIAN PUSTAKA

Customer Service

Customer service merupakan sebuah profesi yang umumnya ada pada garis depan pelayanan nasabah. Salah satu tugas utama customer service adalah memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan kepada klien atau nasabahnya dalam penyelesaian masalah. Pelayanan yang dimaksud termasuk menerima keluhan nasabah, mengarahkan pada fasilitas tertentu, problem solving, dll. Dikarenakan seringnya berhubungan langsung dengan klien atau nasabah, customer service tidak jarang merupakan image dari sebuah perusahaan yang bersangkutan. Hal ini berarti, image dari suatu perusahaan salah satunya dapat diukur berdasarkan standar kepuasan klien atau nasabah.

Pada ranah pekerjaannya, seorang customer service bertugas untuk menarik nasabah agar menggunakan jasa yang dimiliki bank, dan salah satu caranya adalah dengan memiliki pengetahuan, kemampuan serta memperlihatkan dan meyakinkan nasabah terkait produk atau jasa yang dimiliki bank (Kasmir, 2011). Semua hal tersebut sangat tergantung kepada pengetahuan dan cara atau kemampuan berkomunikasi seorang customer service ketika nasabah datang dan bertanya kepadanya. Dalam melayani nasabah, customer service juga harus menunjukkan pelayanan yang benar-benar prima, yakni sungguh-sungguh tertarik dengan keinginan dan kemauan nasabah. Customer service juga dituntut mampu memberikan informasi dengan benar-benar meyakinkan terkait pengetahuan produk yang dimiliki bank, serta mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan. [4]

Customer service merupakan orang-orang pilihan sehingga tidak sembarang orang memenuhi kualifikasi dan harus memenuhi berbagai persyaratan yang ada seperti syarat fisik, syarat mental, syarat kepribadian, serta syarat sosial. Berikut keempat syarat umum menjadi customer service : [4]

1. Syarat fisik
2. Syarat mental

3. Syarat kepribadian
4. Syarat sosial

Dramaturgi

Teori dramaturgi merupakan pendekatan yang lahir dari pengembangan Teori Interaksionisme Simbolik. Dasar pandangan dari interaksionisme simbolik ini bahwa pengalaman manusia diperoleh lewat interpretasi. Manusia dilihat sebagai makhluk yang saling menafsirkan masing-masing tindakan mereka sehingga respon tidak langsung diberikan tanpa didasari oleh pemaknaan pada tindakan tersebut. Sederhananya, interaksionisme simbolik ini merupakan interaksi sosial yang didasarkan atas interaksi simbol. Cara manusia berinteraksi dengan orang lain adalah dengan menyampaikan simbol serta memberi pemaknaan pada simbol tersebut. Blumer menjelaskan bahwa aktor memilih, memeriksa, berpikir, mengelompokkan serta mentransformasikan makna dalam hubungannya dengan situasi dimana ia ditempatkan dan arah tindakannya. [3]

Sosiolog yang paling berpengaruh pada abad 20, Erving Goffman mempopulerkan istilah Dramaturgi yang juga ditulis dalam bukunya berjudul “The presentation of self in everyday life” yang terbit pada tahun 1959. Goffman dalam dramaturginya menganalogikan realitas manusia ke dalam sebuah panggung pertunjukan. Manusia layaknya aktor yang siap untuk akting dengan berbagai peran. Panggung depan dan panggung belakang sebagai latar tempat aktor tersebut. Goffman menganggap bahwa keberadaan manusia pada masyarakat layaknya berdiri diatas stage yang ditonton oleh banyak pasang mata yang menyaksikan dan siap menilai peran yang dilakukan. Hasil dari penilaian itu kemudian membentuk self-image serta social-image.

Adapun tujuan dari teori dramaturgi Goffman yakni penerimaan penonton terhadap manipulasi. Menurutnya, manusia merupakan makhluk dengan identitas tidak stabil dan hal tersebut merupakan bagian dari kejiwaan psikologis yang mandiri. Identitas ini akan berubah menyesuaikan interaksi dengan individu yang lain. Dramaturgi disini hadir sebagai pengelolaan suatu interaksi tersebut. Penyebutan istilah ‘pertunjukan teater’ dalam dramaturgi menunjukkan pemaknaan interaksi sosial didalamnya. Manusia merupakan individu yang memerankan aktor yang berusaha menggabungkan karakteristik personal serta tujuan kepada orang lain melalui ‘pertunjukan dramanya sendiri’.

Goffman mendalami dramaturgi dari sudut pandang Sosiologi berupa segala perilaku interaksi yang dilakukan oleh manusia pada kehidupan sehari-hari yang sama ketika individu atau aktor menampilkan karakter lain dalam pertunjukan drama. Dramaturgi mengharapkan adanya pengelolaan kesan, penerimaan penonton serta manipulasi dengan menitikberatkan bagaimana penghayatan peran agar mendapatkan feedback yang diharapkan. Dalam hal ini dramaturgi tidak sampai mempelajari hasil perilaku melainkan hanya sebatas konteks dari perilaku manusia sebagai aktor dalam mencapai tujuannya. Konsep dramaturgi ini menunjukkan bahwa manusia akan mengembangkan perilaku untuk mendukung perannya tersebut. Jika dramaturgi diibaratkan sebuah pertunjukan drama, maka individu juga akan mempersiapkan segala hal yang menunjang pertunjukan tersebut. Kelengkapan ini meliputi panggung, kostum, penggunaan kata (dialog) serta tindakan non-verbal lainnya. Hal ini bertujuan agar menciptakan suatu kesan yang ingin disampaikan berujung pada pemaknaan positif yang diharapkan komunikator kepada komunikan. [5]

Panggung

Panggung dalam sebuah pertunjukan diartikan sebagai latar tempat dimana drama itu diperankan. Sama halnya dengan dramaturgi, panggung disini dimaknai sebagai latar tempat bagi seorang individu melaksanakan perannya. Kaitannya dengan hal ini, ada dua jenis panggung yakni panggung depan dan panggung belakang.

Panggung depan merupakan panggung pertunjukan yang mengharuskan seorang aktor berperan sesuai karakter yang sesuai. Peran mereka tidak jarang dibatasi oleh aturan, nilai dan norma sehingga terkesan sangat resmi. Aktor berperan semaksimal mungkin sesuai kaidah yang ditentukan demi mendapatkan kesan baik dari penonton atau lingkungan sekitar. Panggung depan atau yang dikenal dengan front stage terbagi menjadi dua bagian yakni *Setting dan Personal Front*. *Setting* mengandung pengertian pemandangan fisik saat peran dimainkan sedangkan *Personal Front* merupakan pelengkap pembahasan perasaan aktor misalnya penggunaan bahasa tubuh dan gaya bicara. Adapun pembagian Personal front terdiri dari penampilan yang berupa benda fisik yang mewakili status sosial serta gaya yang menunjukkan peran yang dimainkan pada situasi dan kondisi tertentu.

Panggung belakang merupakan tempat tokoh kembali pada realitas kehidupan aslinya. Semua peran pada panggung depan dapat dengan leluasa untuk dilepaskan. Umumnya, individu akan berperilaku bebas tanpa sebuah ekspektasi karakter. Pada posisi ini, individu bebas mengeluarkan informal manernya seperti bercanda, berperilaku sesuka hati, bahkan aktivitas intim. Hal ini dikarenakan individu tidak pada panggung depan lagi yang artinya tidak ada aturan, norma pekerjaan yang mengikat. Panggung belakang /*backstage* terbagi atas dua yakni back stage (murni panggung belakang yang berisi aktivitas bebas individu) dan offstage (murni the self tokoh).

Representasi diri

Representasi diri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor untuk mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada. Lebih lanjut representasi diri dimaknai sebagai upaya individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Diri dimaknai sebagai konsep yang sangat penting bagi interaksionis simbolis, diri menjadi poros utama dalam skema intelektual kalangan interaksionis. Diri dalam pengertian yang amat sederhana dimaksudkan oleh ekspresi ini (diri) tidak ada satu pun yang esoteris. Ini hanya berarti bahwa manusia dapat menjadi objek tindakannya sendiri, ia bertindak terhadap dirinya dan mengarahkan dirinya untuk bertindak terhadap orang lain berdasarkan objek macam apa orang tersebut bagi dirinya. Diri adalah proses, bukan benda. Diri membantu manusia bertindak ketimbang sekedar memberikan respons terhadap stimulus eksternal. [6]

Menurut Stuart Hall (1997), representasi adalah salah satu praktek penting yang memproduksi kebudayaan. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas, kebudayaan menyangkut pengalaman berbagi. Seseorang dikatakan berasal dari kebudayaan yang sama jika manusia-manusia yang ada disitu membagi pengalaman yang sama, membagi kode-kode kebudayaan yang sama, berbicara dalam bahasa yang sama, dan saling berbagi konsep-konsep yang sama. [7]

Stuart Hall juga mendefinisikan representasi diri sebagai sebuah produksi konsep makna dalam pikiran yang dimunculkan melalui sebuah bahasa. Disini terdapat hubungan antara konsep dengan bahasa yang menggambarkan objek, orang maupun peristiwa yang nyata ke dalam objek, orang dan peristiwa dalam bentuk fiksi. Penggunaan bahasa digunakan dalam representasi untuk mengatakan sesuatu yang penuh arti atau penggambaran terhadap sesuatu yang mengandung makna kepada orang

lain. Suatu makna ini kemudian dikonstruksi oleh sistem representasi dan kemudian diproduksi melalui sistem bahasa yang fenomenanya tidak hanya terjadi dalam ungkapan verbal melainkan juga visual. Sistem representasi ini tersusun bukan melalui konsep individu melainkan melalui cara-cara pengorganisasian, penyusupan serta pengklasifikasian konsep serta berbagai kompleksitas hubungan.

3. METODE PENELITIAN

Bagian Penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnometodologi Harold Garfinkel. Pendekatan etnometodologi dipilih karena dalam pengambilan datanya peneliti terlebih dahulu meninggalkan asumsi, teori maupun proposisi. Metode penelitian kualitatif diartikan sebagai suatu pendekatan yang digunakan dalam mengeksplorasi suatu fenomena sentral. [8]

Penelitian ini berlokasi di Bank Tabungan Negara (BTN) KC Mulyosari. BTN Mulyosari merupakan Bank yang beralamatkan di Jalan Raya Mulyosari No. 82, Dukuh Sutorejo, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya Jawa Timur dengan subjek seluruh customer service yang ada di Bank BTN KC Mulyosari. Total customer service berjumlah empat orang dengan satu orang kepala divisi.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yakni data primer dan data sekunder. Perolehan data primer dilakukan dengan observasi informan, wawancara mendalam lalu disempurnakan dengan dokumentasi. Wawancara diartikan sebagai proses interaksi antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai melalui sebuah komunikasi langsung. Data kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis dari K. Yin yang didalamnya terdapat lima proses teknik analisis data, diantaranya ; Pengumpulan data, pemilahan data, penganalisan data, penarikan kesimpulan, hingga verifikasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan analisis teoritik dramaturgi berdasarkan data lapangan yang telah peneliti ambil melalui observasi dan wawancara dengan subjek. Teori dramaturgi Erving Goffman akan digunakan untuk menganalisis presentasi diri customer service Bank BTN baik dilihat dari front stage maupun backstage. Fronstage adalah latar dimana customer service melakukan aktivitas sesuai ruang kerjanya sedangkan backstage merupakan lingkungan diluar waktu dan ruang kerja customer service.

Goffman dengan teori dramaturginya berasal dari pemikiran mendalam Mead. Konsepsinya berdiri diatas diskusi mengenai ketegangan yang muncul dari makna “aku” secara spontan dengan “diriku” yang berjalan atas paksaan sosial. Ketegangan itu kemudian memunculkan perbedaan tentang apa yang ingin kita lakukan secara alami atau spontan dengan apa yang diharapkan orang atas kita. Hal ini menyebabkan banyak orang kemudian melakukan sandiwara. Untuk itu Goffman membagi dua arena seseorang dalam kehidupannya yakni panggung depan (front stage) dan panggung belakang (back stage).

Panggung depan

Front stage menurut Goffman dikategorikan ke dalam arena panggung sandiwara yang didalamnya subjek merupakan aktor dan khalayak diasumsikan sebagai penonton. Adanya panggung sandiwara ini adalah untuk menampilkan peran aktor sebaik-baiknya sehingga memunculkan citra yang maksimal di mata masyarakat.

Front stage disediakan agar subjek dapat memanfaatkannya secara optimal dalam manajemen kesan (impression manajemen). Pengelolaan kesan ini dapat ditimbulkan dari komunikasi verbal maupun non verbal seperti halnya yang harus dilakukan oleh customer service sesuai dengan SOP. Disini peran SOP adalah untuk memberikan suatu peraturan, konsep dasar agar dapat diterima baik oleh di masyarakat. Hal ini sama persis seperti yang dikatakan Goffman bahwa pada panggung depan mereka cenderung menyajikan sesuatu agar sandiwaranya berhasil.

Pada panggung depan ini, Goffman membaginya kedalam dua bagian yakni penampilan dan sikap. Kedua hal yang kemudian memunculkan kesan pada audiens tentang bagaimana subjek tersebut mendiskripsikan dirinya. Customer Service yang disini digambarkan sebagai subjek oleh Goffman kemudian dengan optimal membangun kesan sebaik-baiknya kepada orang lain khususnya nasabah. Materi dan pelatihan yang diajarkan selama ini kemudian diterapkannya demi membangun dan menjaga image perusahaan agar tetap baik.

Penampilan fisik

Pada panggung depan ini, Goffman membaginya kedalam dua bagian yakni penampilan dan sikap. Kedua hal yang kemudian memunculkan kesan pada audiens tentang bagaimana subjek tersebut mendiskripsikan dirinya. Penampilan seringkali disebut sebagai first impression seseorang ketika menggambarkan individu lain yang baru dikenal. Sama halnya dengan penampilan fisik seorang customer service yang juga bagian terpenting dari sebuah pelayanan. Customer Service yang disini digambarkan sebagai subjek oleh Goffman kemudian dengan optimal membangun kesan sebaik-baiknya kepada orang lain khususnya nasabah. Materi dan pelatihan yang diajarkan selama ini kemudian diterapkannya demi membangun dan menjaga image perusahaan agar tetap baik.

Nama subjek	Aspek		
	Make up	Tata seragam	Raut wajah
Tyas	Cenderung menggunakan makeup tipis (bedak dan lipstik)	Gaya kerudung yang hanya dilempar ujungnya ke belakang dengan heels ber hak kotak yang pendek.	Sesekali menunjukkan wajah serius dengan sedikit senyum pada nasabah.
Reni	Make up tipis dengan penekanan pada bagian mata (eyeshadow, eyeliner, mascara)	Kerudung yang ujungnya ditali ke belakang dengan hak sepatu yang simple.	Cenderung datar namun lebih mengarah ke tersenyum.
F	Full make up	Gaya kerudung yang dilipat sangat rapi setiap layernya dan ditali di belakang dengan heels yang tinggi dan mengkilap.	Setiap perkataan ditekankan dengan senyuman lembut.
Putri	Full make up	Kerudung yang tertali sederhana dengan sepatu flat shoes.	Muka serius dengan sering berwajah datar namun terkadang memberi sedikit senyum.
Sondang	Make up natural dengan khas rambut yang dicepol.	Selalu menggunakan seragam sesuai hari, busana yang dikenakan sederhana.	Murah senyum kepada siapapun.

Sikap dan perilaku

Cara kelima subjek dalam melayani nasabah sekilas hampir sama, yakni mengawalinya dengan senyum dan sapaan kemudian mempersilahkan nasabah duduk lalu menceritakan permasalahannya.

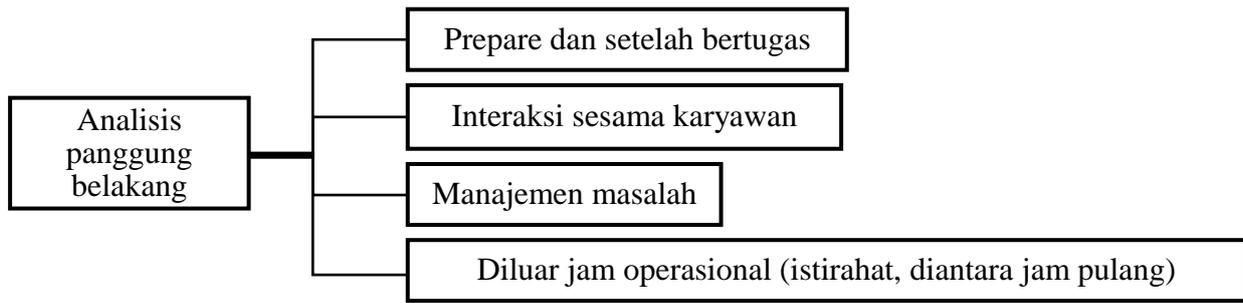
Perbedaan mendetailnya ada pada gesture masing-masing subjek. Misalnya pada subjek Tyas yang cenderung bernada semangat dalam berinteraksi dengan nasabah. Hal ini membuat nasabah tidak sungkan untuk mengeluarkan apa yang ingin ia tanyakan. Berbeda halnya dengan subjek Reni dan Farah yang mempunyai pembawaan nada yang lembut dengan selalu menyisakan senyum diakhir kalimat. Hal berbeda ditemui pada subjek Putri yang cenderung memasang muka flat dan dengan nada yang formal. Nada yang digunakan sebenarnya halus dan santai namun ada penekanan tertentu seperti terlihat sedikit judes. Jika ada suatu masalah pada nasabah yang tidak segera selesai mereka seringkali menyembunyikannya dengan tetap berperilaku santai, namun nada bicara dan raut mukanya tidak cukup menyembunyikannya di saat tertentu. Hal ini persis seperti apa yang diucapkan oleh Goffman bahwasannya aktor atau subjek memang berusaha menampilkan diri mereka untuk diidealisasikan pada arena pertunjukkan yakni panggung depan. Sehingga mereka harus rela menyembunyikan hal-hal tertentu dalam aksinya.

Pada saat pembagian BLT pada bulan Oktober 2022, keempat subjek yang dibantu oleh informan sedikit mengalami rasa 'kuwalahan' karena harus berhadapan dengan nasabah yang jumlahnya lebih dari biasanya. Tidak jarang mereka harus memberikan tenaga lebih ekstra saat pelayanan. Mereka kemudian mengontrol emosinya agar pelayanan selalu tampak maksimal dengan mengesampingkan rasa capainya. Walaupun tidak jarang rasa kelelahan itu menjadikannya jatuh sakit seperti yang subjek Tyas alami. Namun begitu, subjek Tyas tetap mengelola peran agar nasabah dapat terlayani semua dengan maksimal. Rasa capai melayani nasabah yang meningkat setiap harinya juga mempengaruhi mood dan kebiasaan seorang customer service. Keempat subjek menjadi terus fokus berhadapan dengan nasabah dan berkas-berkas yang berhubungan sehingga sangat sensitif ketika mengalami sedikit masalah terutama dengan nasabah. Hal ini dimunculkan ketika mereka ada di panggung belakang yang dijadikannya sebagai tempat untuk mengungkapkan segala keluh kesah terhadap aktivitas mereka sehari-hari.

Kekonsistenan customer service dalam menjalankan standar pelayanan juga dipicu oleh adanya kontrol rutin yang dilakukan oleh MRI (lembaga penilai). Seperti yang disampaikan oleh subjek Sondang bahwa MRI secara mendadak akan berkunjung ke kantor-kantor dan berperan sebagai nasabah untuk mengetahui seberapa baik layanan pada suatu kantor tersebut. Sehingga hal ini menjadikan frontliner terutama customer service harus menyamaratakan perlakuan kepada seluruh nasabah. Hal ini berarti mereka harus mengesampingkan sifat aslinya, keluh kesah atas problem hari ini, dll untuk menampilkan pelayanan yang maksimal.

Panggung belakang

Dalam teori dramaturgi, panggung belakang mengacu pada area atau ruang di belakang panggung pertunjukan yang tidak terlihat oleh penonton. Konsep ini digunakan dalam teori dramaturgi untuk menjelaskan peran dan interaksi di luar pandangan penonton dalam konteks interaksi sosial sehari-hari. Peneliti yang bersumber dari pemikiran Goffman mencoba menjabarkan hal-hal mengenai panggung belakang ke dalam empat poin yang dirangkum dalam bagan di bawah ini.



Pada panggung belakang ini aktor cenderung bebas untuk berbicara, bertindak dan berperilaku dengan cara yang berbeda dari tempat umum. Aktor akan lebih santai dan terbuka dibuktikan dengan penggunaan bahasa-bahasa yang kurang formal dan campuran. Kelima Subjek yang memiliki kesamaan berasal dari suku Jawa menggunakan bahasa Jawa ketika berinteraksi dengan sesama rekan. Penggunaan aksen / logat Surabaya menjadi ciri khas aktor ketika sedang diluar jam operasional. Subjek Tyas dengan pembawaan yang ceplas ceplos terbiasa mengekspresikan bicaranya menggunakan bahasa jawa full (khas Surabaya) dengan dominan nada bercanda. Yang kedua, panggung belakang digunakan sebagai tempat aktor untuk berinteraksi lebih intim antar individu atau kelompok. Adanya komunikasi tanpa penonton ini kemudian membentuk hubungan yang lebih dalam. Interaksi antar subjek ini terkadang sangat intens namun adakalanya minim interaksi. . Seperti subjek Tyas yang kadang memiliki tugas ganda yakni di kantor dan pada mobil kas keliling. Waktu yang digunakan subjek lebih banyak diluar kantor. Subjek Reni yang mempunyai pembawaan kalem merupakan customer service yang paling minim berinteraksi. Subjek memang orang yang pendiam namun ketika diajak berbicara dan bercanda subjek selalu mengikuti. Selanjutnya Subjek F yang mempunyai kepribadian mudah berbaur dengan siapapun selalu mempunyai topik untuk dibahas sekalipun sedang banyak kerjaan.

Kondisi subjek F yang mendapat label customer service yang cantik juga genit sangat relevan dengan teori labelling yang dicetuskan oleh Edwin M Lemert. Subjek F merupakan subjek dengan pembawaan yang lemah lembut namun disisi itulah yang kemudian menyebabkan subjek mendapatkan labelling genit. Sikapnya kepada karyawan terutama laki-laki diasumsikan sebagai bentuk kegenitan yang kemudian menjadi sebuah label yang melekat pada subjek F. Namun karena banyaknya asumsi demikian, label genit melekat dalam diri subjek F seperti yang dijelaskan oleh Edwin M Lemmert. Edwin mendefinisikan teori labelling sebagai teori tentang di mana seseorang menjadi menyimpang karena proses *labelling* berupa julukan atau cap yang ditujukan kepada seseorang atau kelompok.

Kaitannya dengan teori labelling ini, Goffman dalam teori dramaturginya menjelaskan bahwa kepemilikan diri pada aktor merupakan produk dari interaksi dramatik antara aktor dan audience. Adapun 'diri' yang ditampilkan merupakan sesuatu yang muncul akibat adanya suatu adegan yang disajikan. Salah satu subjek yakni F merupakan contoh dari konsep interaksi dramatik yang disebutkan oleh Goffman. Bermodalkan parasnya yang cantik, subjek dapat memberikan interaksi yang dramatik pada lebih banyak audience. Secara tidak langsung, subjek juga mempresentasikan dirinya sesuai dan lebih dari apa yang dilabelkan orang lain kepadanya. Selain selalu berhias, ia juga menambah elok dengan melembutkan suaranya dan memperlakukan orang lain dengan sebaik mungkin.

Selanjutnya, panggung belakang digunakan sebagai tempat untuk perencanaan dan persiapan. Pada latar ini, individu sering terlibat pemanfaatan latar tempat dalam persiapan, latihan atau perencanaan sebelum tampil di depan umum. Pada backstage ini individu dapat dengan leluasa untuk

berdiskusi maupun merancang strategi tanpa ada tekanan dari penonton. Pernyataan Goffman ini bisa kita temui pada customer service sebelum jam layanan. Mayoritas mereka akan mempersiapkan diri mereka setiap hari sebelum jam operasional bank dibuka. Kelima customer service ini berbeda dalam menggunakan waktu tersebut.

Manajemen sebuah masalah merupakan hal yang harus dapat dilakukan sebagai seorang customer service. Hal ini telah tercantum dalam code of conduct atau tata peraturan yang harus dilaksanakan dalam sebuah pelayanan. Tujuannya adalah untuk memisahkan antara ego yang ada pada diri dengan bagaimana seharusnya orang lain mendapatkan pelayanan yang terbaik. Dalam hal manajemen masalah, keempat customer service ini sangat ahli karena kebetulan adalah seorang yang telah lama berkecimpung pada dunia pelayanan. Baik subjek Tyas, Reni yang baru saja beralih dari teller ke CS, subjek F maupun Putri memiliki cara masing-masing dalam mengelola atau manajemen masalah.

Hal ini ditunjukkan ketika masa pencairan BLT yang berjalan lancar walaupun nasabah semakin bertambah pada setiap harinya. Namun adakalanya mereka meluapkan perasaannya ketika ada sesuatu yang menjadi kegelisahannya pada hari itu. Hal ini sempat dialami oleh subjek F yang membantu CS junior terkait komplain atas pelayanan yang kurang memuaskan. Pada panggung depan ia bersikap baik-baik saja ditunjukkan dengan pengelolaan nada bicara yang cukup tegas namun tetap ramah. Pada panggung belakang justru sebaliknya, subjek membicarakan hal ini dengan rekan customer service yang kemudian meminta pendapat jika kasus ini terulang kembali. Tidak lupa ia memberikan pengertian kepada seluruh frontliner khususnya satpam yang membantu mengarahkan nasabah agar kejadian seperti ini tidak terulang. dan hal ini yang dinyatakan Goffman sebagai manajemen kesan. Keempat aktor ini dapat dikatakan berhasil manajemen kesan karena mereka mampu untuk mengelola emosi agar audience terlayani dengan baik tanpa terganggu oleh guncangan emosi yang sedang dialami.

5. KESIMPULAN

Customer service merupakan garda terdepan dalam pelayanan pada sebuah kantor atau perusahaan. Bank BTN adalah salah satu Bank BUMN yang digunakan sebagai latar tempat pada penelitian ini untuk mengetahui bagaimana customer service jika dikaji melalui teori dramaturgi. Dramaturgi adalah teori yang menggambarkan kehidupan sosial sebagai suatu pertunjukan dimana individu-individu berperan sebagai aktor dan berinteraksi dalam konteks sosial tertentu. Teori yang berasal dari pemikiran Erving Goffman menjelaskan beberapa konsep yang masuk ke dalam dramaturgi seperti aktor, audience, panggung depan maupun panggung belakang. Menggunakan konsep ini peneliti mengkaji bagaimana panggung depan dan panggung belakang dari seorang customer service Bank BTN. Peneliti ingin mengetahui bagaimana mereka mengelola citra dirinya di depan nasabah dan aktivitas mereka saat di panggung belakang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh customer service Bank BTN mampu mempertahankan citra dirinya yang terlihat dari selalu menjaga penampilan, manajemen emosi yang baik saat menghadapi nasabah dengan komplain yang bermacam. Mereka berhasil menjadi sosok aktor yang diharapkan audience walaupun pada panggung belakang mereka mengeluarkan emosi dalam bentuk keluh kesah antar sesama customer service. Panggung belakang yang merupakan ranah yang tidak diketahui oleh audience ini digunakan aktor untuk mempersiapkan dirinya sebelum bertugas, merelaksasikan dirinya, berbincang dengan teman, dll. Sebagian customer service

menunjukkan pribadi yang berbeda antara panggung depan dan panggung belakang. Sifat asli subjek muncul seketika saat dipanggung belakang seperti cuek, banyak bermuka datar.

Daftar Pustaka

- [1] N. Firdaus, "KEHIDUPAN SALES PROMOTION PT. MATAHARI DEPARTMENT STORE MOJOKERTO DALAM PERSPEKTIF DRAMATURGI," Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA, 2019.
- [2] C. Jessics, "Customer Service: Pengertian, Tugas, hingga Prospek Kariernya.," *glintss.com*. <https://glints.com/id/lowongan/customer-service-adalah/>: <https://glints.com/id/lowongan/customer-service-adalah/> (accessed May 23, 2023).
- [3] D. S. Annisa, "Presentasi Diri Pekerja Seks Komersial Emporium Jakarta (Studi Dramaturgi Men)," *adminlp2m*, 2016.
- [4] Y. Winando, "Customer Service – Pengertian, Tugas, Syarat, Ciri, Dasar, Prinsip, Makna, Para Ahli," *gurupendidikan.co.id*, May 20, 2023. <https://www.gurupendidikan.co.id/customer-service/>
- [5] W. E. Rostian, "MAKNA PRESENTASI DIRI PANGGUNG DEPAN DAN PANGGUNG BELAKANG ANGGOTA CUSTOMER SERVICE OFFICER," 2022.
- [6] M. Fiddy, "Perilaku menyimpang siswa sebagai representasi diri pada usia transisi menuju dewasa," *Paradigma*, pp. 2–3, 2018.
- [7] I. N. Mas, "Representasi Bullying Melalui Lirik Lagu Gajah Karya Tulus," Skripsi, 2019.
- [8] Redaksi, "Teori Etnometodologi Harold Garfinkel: Profil, 5 Fokus Kajian, Keunikan.," *sosiologi.info*, Feb. 15, 2022. <https://www.sosiologi.info/2022/02/teori-etnometodologi-harold-garfinkel-profil-kajian.html>