

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Salah satu indikasi bahwa manusia sebagai makhluk sosial adalah perilaku komunikasi antarmanusia. Manusia tidak dapat hidup sendiri, pasti membutuhkan orang lain. Dari lahir sampai mati, cenderung memerlukan bantuan dari orang lain (tidak terbatas) pada keluarga, saudara dan teman). Kecenderungan ini dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari yang menunjukkan fakta bahwa semua kegiatan yang dilakukan manusia selalu berhubungan dengan orang lain.

Bayi yang baru lahir perlu berinteraksi dengan ibu, seorang mahasiswa perlu berinteraksi dengan dosen, sesama mahasiswa, karyawan di kantor fakultas, pedagang makanan, tukang fotocopy, penjaga warnet, penjual pulsa telepon seluler dan sebagainya.

Sebagai makhluk sosial, manusia akan selalu berkeinginan untuk berbicara, tukar-menukar gagasan, mengirim dan menerima informasi, berbagi pengalaman, bekerja sama dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan dsb. Berbagai keinginan tersebut hanya dapat terpenuhi melalui kegiatan interaksi dengan orang lain dalam suatu sistem sosial tertentu. Adanya aktivitas-aktivitas dalam kehidupan sosial menunjukkan bahwa manusia mempunyai naluri untuk hidup bergaul dengan sesamanya. Naluri ini merupakan salah satu yang paling mendasar dalam kebutuhan hidup manusia,

disamping kebutuhan akan afeksi (kebutuhan akan kasih sayang), inklusi (kebutuhan akan kepuasan), dan control (kebutuhan akan pengawasan). Dalam pemenuhan kebutuhan-kebutuhan hidup tersebut akan mendorong manusia untuk melakukan interaksi dengan sesamanya, baik untuk mengadakan kerjasama (*cooperation*) maupun untuk melakukan persaingan (*competition*).¹

Berkomunikasi merupakan kegiatan rutin manusia sejak mereka dilahirkan; mulai dari tangisan sang bayi yang menyampaikan pesan berisi kebutuhan psikologis dan fisiologisnya, sampai dengan pesan berisi kebutuhan komplementer orang dewasa. Semuanya tidak terlepas dari proses penyampaian dan penerimaan pesan yang disebut komunikasi. Menariknya, dari komunikasi itu sendiri adalah keunikan karakter gaya komunikasi yang dimiliki setiap individu. Pentingnya mengetahui dan mempelajari gaya komunikasi dari setiap karakter manusia adalah agar saat dirinkita dilibatkan dalam proses komunikasi, komunikasi tersebut berjalan dengan lancar, serta mencegah agar tidak terjadi *missed* komunikasi.

Empat kepribadian manusia (sanguinis, melankolis, koleris dan plegmatis) memiliki karakter masing-masing yang harus didekati dengan gaya komunikasi yang tepat agar komunikasi berhasil. Karakter manusia juga berbeda jika ditinjau dari sisi psikologis. Disini terdapat tipe-tipe orang, seperti extravert (terbuka). Introvert (tertutup), intuitive (intuitif), feeling (perasa), dan judging (penilai). Setiap orang dengan tipe-tipe diatas memiliki

¹ Suranto Aw. *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) Hal.2

karakter yang unik. Mereka akan menyerap informasi dan ujaran dengan cara yang berbeda.²

Kemampuan bergaul dengan orang lain merupakan kunci hidup sukses dan kepuasan hidup. Sebaiknya kita dapat memadukan kebutuhan sendiri dengan harapan orang lain terhadap kita. Satu hal penting adalah keterampilan komunikasi dua arah yang baik. Keterampilan percakapan tidak begitu saja didapat, perlu adanya suatu pengajaran serta peningkatan melalui adanya pelatihan.

Ada orang-orang tertentu yang seolah-olah dilahirkan untuk menjadi orang yang sukses dalam pergaulan atau dengan mudahnya mereka menjalin suatu persahabatan. Ada pula orang-orang yang justru mengalami kesulitan dalam bergaul. Banyak faktor yang terlibat dalam penyebab kegagalan atau keberhasilan bergaul tersebut, salah satunya adalah gaya komunikasi kita. Tanpa kita sadari, sebenarnya gaya komunikasi itu sendiri adalah bagian dari isi berita yang kita komunikasikan kepada khalayak.

Gaya komunikasi sendiri didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi digunakan dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respons atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari 1 gaya komunikasi yang digunakan bergantung pada maksud dari sender dan harapan dari receiver.³

Setiap orang berbeda sifat, karakter dan potensi diri. Bahkan yang terlahir kembar identik pun bisa memiliki karakter yang berbeda. Gaya

² Ponijan Liaw, *Understanding Your Communication Styles* (Bandung: Sidoku Press, 2005) Hal. 17

³ Suranto Aw. *Komunikasi Antarpribadi*. (Jakarta: Universitas Terbuka, 2011) Hal 51

komunikasi adalah salah satu bentuk perbedaan antar individu. Gaya komunikasi itu salah satu potensi konflik dalam setiap hubungan⁴. Kalau salah pendekatan, maka salah besar kemungkinan terjadi konflik.

Keterampilan berkomunikasi melalui “gaya komunikasi” mengisyaratkan kesadaran diri pada level yang tinggi. Setiap orang mempunyai gaya komunikasi yang bersifat personal, itu gaya khas seseorang waktu berkomunikasi. Gaya komunikasi merupakan kepribadian sehingga sukar dirubah⁵

Gaya komunikasi dapat memancarkan kepribadian kita yang sesungguhnya, namun bisa pula merupakan gaya yang dipelajari. Adakalanya untuk mendapatkan penerimaan dari orang lain, kita terpaksa mengikuti gaya komunikasi yang tertentu. Atau kita belajar dari keluarga kita sendiri sehingga kita menganggap gaya komunikasi itu dapat dipahami semua orang, alias universal. Jika gaya komunikasi memang merupakan sebuah kepribadian diri, sudah tentu perlu dikoreksi untuk evaluasi kedepannya. Ada beberapa cara dalam mengoreksinya, misalnya meminta tanggapan orang lain. Mungkin kita dapat memeriksa ulang ucapan-ucapan dengan lebih teliti dan menanyakan, apa yang orang lain rasakan ketika mendengar kata kata kita tersebut.

Kehidupan sosial manusia dalam berinteraksi dimana saja, kapan saja, selalu menampilkan dirinya sebagai pemain teater yang setiap saat penampilannya dapat berubah-ubah bergantung pada konteksnya. Hal ini terjadi pada kehidupan kita, siapapun kita dan dalam kondisi apapun, kita

⁴ *E-book: Gaya Komunikasi Karena Kita Berbeda (2013)*, Hal 5

⁵ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Mkn*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), Hal. 309

selalu berinteraksi dalam symbol-simbol. Mungkin tanpa kita sadari, itu semua terjadi dalam setiap “*adegan*”, pada sebuah “*sandiwara*” kehidupan.

Erat kaitannya dengan “peran” masing-masing individu dalam kehidupan sehari-hari bisa dilihat dari segala segi, meliputi pendidikan yang didalamnya terdapat guru, murid, kepala sekolah, penjaga sekolah. Di segi lain, segi dunia kerja ada karyawan, atasan, manajemen top, pemilik perusahaan, stakeholder, pemegang saham. Hal tersebut mengindikasikan, bahwa seluruh aspek kehidupan manusia diliputi dengan “sandiwara” dimana masing-masing mereka memiliki peran umum dan khusus. Porsi yang berlebih, cukup atau bahkan kurang hanya akan dimainkan oleh mereka sesuai keinginan dan kebutuhan.

Dalam sebuah lingkup kerja pun, terdapat fungsi peran tersebut. misalnya, karyawan; waitress, kasir, koki, dan juga top manajer yang terkait; Supervisor, Manajer. Seorang waitress yang bertugas menjadi garda terdepan sebuah restoran, memiliki peran sebagai yang pertama melayani pelanggan. Ujung tombak kredibilitas suatu restoran ada ditangan seorang waitress. Konsumen menilai baik atau buruknya pelayanan bergantung dari bagaimana yang mereka dapat dari seorang waitress.

Sebagai ujung tombak restoran, waitress pun memiliki cara dan gaya yang berbeda dalam melayani pelanggan yang datang. Berbagai *image* baik ditampilkan didepan pelanggan guna menyelamatkan kredibilitas restoran.⁶ Menjadi suatu kewajiban bagi seorang waitress untuk selalu berperilaku yang

⁶ Ponijan Liaw, *Talk To Your Customer This Way* (Jakarta: Elex Media Computindo, 2012), Hal. 34

“sempurna” didepan pelanggan. Sedikit saja keluhan yang dilontarkan pelanggan bagai sembilu yang akan menjadi senjata yang tak ingin dihadapi.

Restoran Kimchi-Go di Galaxy Mall memberikan pelayanan prima dari para waitress dan kasir dalam menghadapi pelanggan. Berbagai tedeng sikap ramah, lembut, merendah dan santun ditampilkan demi terciptanya citra dan kepuasan pelanggan. Para waitress di Restoran Kimchi-Go menggunakan komunikasi efektif yang dapat menarik hati pelanggan dengan bersikap ramah.

Banyak yang memperhatikan sejatinya, sikap ramah, santun dan lembut para waitress dimanapun dalam melayani pelanggan juga dipenuhi “sandiwara”. Ketika mereka bersikap ramah dan sabar dengan pelanggan, tanpa kita tahu apa yang sebenarnya mereka rasakan. Bisa saja saat menghadapi pelanggan, mereka sedang terlibat masalah di luar kerja. Namun, mereka dengan “jubah” profesionalitasnya dapat menutupi fakta isi hati dengan sangat baik, layaknya aktor yang telah mendapat piala Citra. Dan tak hanya, dilihat dari isi hati, namun Dramaturgi para waitress juga bisa diperhatikan dari segi karakter aslinya. Pelanggan tidak akan pernah tahu karakter asli seorang waitress itu seperti apa, yang mereka tahu hanya sikap dan pelayanan mereka saat di Restoran. Padahal, karakter asli para waitress juga harus diperhatikan, misalnya seorang waitress memiliki sifat asli cerewet dan terlalu emosi, ketika dihadapkan pada pengunjung yang “mengesalkan”, bagaimana cara mereka dalam memasang “wajah baru” tanpa harus terlihat sifat aslinya.

Dramaturgi waitress merupakan hal yang unik yang menarik untuk diteliti, hal itulah yang membuat peneliti menjadikannya sebagai objek kajian ilmiah yang berbasis penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menggali jawaban dengan data-data yang sangat akurat namun tetap tidak meninggalkan kealamiannya. Karna dalam meneliti dengan menggunakan pendekatan Dramaturgi, dibutuhkan *fleksibilitas* yang khusus dalam membangun hubungan baik dengan informan ketika di panggung depan dan dipanggung belakang.

Aksi waitress ketika berada di panggung sandiwaranya sebagai seorang pelayan akan menjadi objek dimana peneliti mendapatkan data tentang bagaimana mereka melakukan proses “bersandiwara” tersebut. Di panggung belakang, peneliti juga membina hubungan baik sebagai teman dengan informan, mendekati diri agar mendapatkan fakta yang alami mengenai keadaan asli waitress ketika tidak berkostum seorang waitress.

Berdasarkan pandangan dramaturgis, seseorang cenderung menengahkan sosok diri yang ideal sesuai dengan status perannya dalam kegiatan rutinnnya. Seseorang cenderung menyembunyikan fakta dan motif yang tidak sesuai dengan citra dirinya.⁷ Dramaturgi seorang waitress di Restoran Kimchi-Go juga dibantu dengan gaya komunikasi imitasi yang mereka lakukan dengan pelanggan. Profil Restoran Kimchi-Go yang merupakan restoran makanan khas Korea, mewajibkan mereka menggunakan bahasa Ibu (Korea) nya. menggunakan bahasa Korea merupakan hal wajib yang harus dilakukan para waitress ini. Sapaan formal seperti “

⁷ Erving Goffman, *Presentation of Self in Everyday Life*, (New York: Doubleday Anchor, 1959) Hal. 25

Annyeonghaseo, Osso Wasseo, Khamsahamnida “ sering terlontar dari para waitress.

Tren gelombang Korea atau yang lebih dikenal dengan *Korean Wave*, saat ini memang menjamur di seluruh dunia. Kehadiran *boyband* dan drama Korea memperkenalkan masyarakat dunia akan kebudayaan dan makanan khas Korea. Begitu juga di Indonesia, kebudayaan dan makanan khas Korea telah menarik perhatian masyarakat, khususnya para remaja.

Inilah kemudian yang membuat para pengusaha baik yang berasal dari Korea maupun Indonesia sendiri, untuk membuka restoran dengan menu makanan Korea. Berbagai restoran Korea sudah banyak tersebar di Seluruh Indonesia. Meskipun popularitasnya tidak sebesar dan sebanyak restoran Jepang, namun restoran Korea masih memiliki peminatnya.

Restoran Kimchi-Go ini mendapat perhatian yang cukup besar dari para pelanggan yang kebanyakan adalah pecinta Korea. Terbukti saat *Grand Opening*, banyak sekali pelanggan yang datang. Hingga akhirnya restoran ini menjadi perbincangan di kalangan pecinta Korea di Surabaya.

Selain harga yang terjangkau, Kimchi-Go juga memberikan pelayanan yang unik. *Waitress* yang melayani pelanggan mengenakan seragam unik dengan baju berdesign *Hangbok* (pakaian khas tradisional Korea) yang telah dimodifikasi.

Restoran ini cukup cerdas memilih posisi strategis di dalam *Mall* terkemuka di Surabaya. Banyak pelajar, mahasiswa dan para eksekutif muda yang menghabiskan waktunya di *Mall* tersebut, meskipun hanya untuk melewati jam makan siang atau jam pulang kantor.

Alasan peneliti mengambil lokus di Galaxy Plaza adalah karna dari hasil pengamatan, sebagian besar remaja sering terlihat menghabiskan waktu disana. Selain itu, populasi *Kpopers* atau para pecinta Korea juga banyak yang ber '*markas*' di Galaxy Mall. Popularitas Galaxy Mall yang kerap disebut tempat *elit* nya para anak-anak gaul Surabaya, juga menjadi alasan peneliti memilih Galaxy Mall sebagai lokus penelitian. Dan jika dibandingkan dengan cabang Kimchi-Go lain yang berada di Pakuwon Trade Center (PTC) perhatian masyarakat terlihat lebih besar di Galaxy Mall. Mungkin faktor kenyamanan, tempat yang berdesign kelas tinggi di sebuah Mall bergensi membuat mereka lebih tertarik menikmati makanan di Galaxy Mall.

Selain dari segi gaya penampilan *waitress* nya, hal yang menarik yang peneliti amati dari restoran Kimchi-Go adalah penerapan gaya komunikasi imitasi bahasa Korea, *waitress-waitress* tersebut berupaya menarik minat pelanggan. Biasanya, dengan melakukan pendekatan bahasa. Dapat membuat pelanggan merasakan nuansa Korea yang kental. Ditambah tersedianya sebuah LCD TV yang menayangkan tayangan berbahasa Korea membuat suasana seperti di rumah-rumah khas Korea. Hal ini semakin membuat pelanggan merasa tertarik dan senang.

Kefasihan *waitress* dalam mengucapkan bahasa Korea ketika menyambut pelanggan yang datang, menjadi daya tarik peneliti untuk lebih mendalami lagi penelitian ini. Terkadang juga mereka menggunakan komunikasi non verbal dengan bergaya *cute* layaknya wanita-wanita Korea yang selalu tampil cute dan manis. Pelanggan pun terlihat senang, tertarik dan

bersemangat ketika diperlakukan seperti itu. Seperti ada 2 sisi yang saling berkaitan. *Waitress* dengan imitasi gaya bahasa Korea, dan pelanggan yang merasa tertarik dengan tingkah laku mereka. Terjadi pemahaman dari interaksi keduanya. Namun, bagi yang bukan pecinta Korea, waitress akan bersikap wajar dan tidak terlalu over dalam bersikap. Mereka hanya akan tersenyum dan melayani pelanggan sebagaimana mestinya. Dan pelanggan akan merasa nyaman.

Setiap individu dalam tindakan komunikasi memiliki pemahaman dan makna pribadi terhadap setiap hubungan dimana dia terlihat sangat bermakna bagi individu, maka pemahaman psikologi acap kali dianggap sebagai makna yang sesungguhnya dari suatu hubungan antar pribadi.

Suatu pemahaman psikologis terhadap komunikasi antarpribadi merupakan bagian penting dari pemahaman yang menyeluruh terhadap komunikasi antarpribadi. Meskipun demikian, beberapa persoalan dapat muncul dalam proses pemahaman oleh individu yang disebut juga proses intra pribadi ini. Fisher (1987:106) menyebutkan tiga diantaranya yaitu; **Pertama**, munculnya respons individu terbatas pada setelah kegiatan komunikasi ; **Kedua**, ingatan atau persepsi individu dapat berubah setelah suatu tindakan komunikasi ; **Ketiga**, individu sering mencampurkan hubungan antarpribadi dengan respons emosional mereka. Ini semua akan menjadi masalah jika orang menganggap bahwa lokus psikologis komunikator merupakan pemahaman terpenting atau paling nyata dari komunikasi antarpribadi. Jadi dengan aspek psikologis saja belumlah cukup untuk memahami komunikasi antarpribadi secara menyeluruh.

Seorang sosiolog bernama Gabriel Tarde (1903) berpendapat bahwa semua orang memiliki kecenderungan yang kuat untuk menandingi (menyamai atau bahkan melebihi) tindakan orang disekitarnya. Ia berpendapat bahwa mustahil bagi dua individu yang berinteraksi dalam waktu yang cukup panjang untuk tidak menunjukkan peningkatan dalam peniruan perilaku secara timbal balik. Ia juga memandang imitasi memainkan peranan yang sentral dalam transmisi kebudayaan dan pengetahuan dari suatu generasi ke generasi selanjutnya. Dengan pengamatannya tersebut, Tarde sampai pada pernyataannya yang mengatakan bahwa "*society is imitation...*". Pernyataan ini didukung oleh Mc Dougal (1908), pengarang buku teks psikologi yang pertama.

Pandangan Tarde tersebut banyak dikritik belakangan ini karena kecenderungan manusia meniru orang lain sebagai suatu bawaan sejak lahir tidak cocok dengan kenyataan, karena seringkali pengamatan terhadap orang lain justru membuat kita menghindari untuk meniru perilaku tersebut. Pandangan ini menganggap bahwa pernyataan Tarde tidak dipertegas dengan faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya peniruan, cara seseorang dalam memilih model tertentu yang akan ditirunya, ataupun jenis perilaku yang akan disamainya itu.

Menurut analisis Bronfenbrenner (1960), identifikasi menunjuk kepada perilaku ketika seseorang bertindak atau merasa seperti orang lain (yang disebut "model"). Kemiripan perilaku diantara dua orang bukan berarti bahwa ia telah identik dengan orang lain.

Fenomena peran sungguh menyerap perhatian para ilmuwan sosial. Pakar antropologi seperti Linton & Nadel, Parson, Merton, Gross, Cottrel, Brim, Bates, Turner & Goode secara luas dan mendalam terlibat membahas topik ini.

Dengan memahami fenomena yang selalu kita jumpai dalam kehidupan keseharian ini, kita akan diantar pada pemahaman akan konstruk tentang bagaimana manusia memfungsikan kapasitasnya dalam konteks dunia sosial. Lebih dari itu, teori Peran ini dapat disingkat sudah sistem pembahasannya yang dipakai oleh para pakar dalam ilmu sosial. Pemahaman akan teori ini juga menjanjikan suatu gambaran tentang “ Sistem Teoritis “ yang selama ini banyak diterapkan dikalangan ilmu sosial & ilmu perilaku, seperti ; Teori Belajar, Teori Kognitif, Teori Medan, Teori Sosio-Kultural ataupun Teori Dinamika.

Konsep peran sendiri yang selalu dikaitkan dengan “ posisi “ ini sering dijelaskan pula dengan peristilahan lain seperti *niche*, *status* & *office*. Posisi pada dasarnya adalah suatu “ unit “ dari struktur sosial.

Kendati “ peran “ merupakan gagasan sentral dari pembahasan tentang Teori Peran, ironisnya kata tersebut lebih banyak mengundang silang pendapat diantara para pakar. Yang paling sering terjadi adalah bahwa “ peran “ dijelaskan dengan konsep-konsep-konsep tentang pemilahan perilaku. Namun demikian, definisi yang paling umum disepakati adalah bahwa peran merupakan seperangkat patokan yang membatasi apa perilaku yang mesti dilakukan oleh seseorang, yang menduduki suatu posisi.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Gaya Komunikasi Imitasi *waitress* di Restoran Kimchi-Go ketika di panggung depan?
2. Bagaimana Gaya Komunikasi *waitress* di Restoran Kimchi-Go ketika di panggung belakang?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka dapat dirumuskan pula tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan bagaimana Gaya Komunikasi Imitasi yang dilakukan *waitress* Restoran Kimchi-Go di panggung depan.
2. Untuk menjelaskan bagaimana Gaya Komunikasi *waitress* Restoran Kimchi-Go di belakang panggung

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Bagi ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berkaitan dengan gaya komunikasi dalam sebuah kehidupan bermasyarakat.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberi masukan kepada masyarakat gaya komunikasi imitasi yang dilakukan waitress pada pelanggannya melalui pendekatan-pendekatan komunikasi interpersonal.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu
Tabel. 1

NO	NAMA PENELITI	JENIS KARYA	TAHUN	METODE PENELITIAN	TUJUAN
1	Hadi Susyanto, IAIN Sunan Ampel Surabaya.	Skripsi	2013	Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif.	Untuk mengetahui bagaimana proses Komunikasi Interpersonal wanita pelayan kafe di Komplek Ruko Pasar Krian Sidoarjo
2	Puji Dewi Murtatik, IAIN Sunan Ampel Surabaya.	Skripsi	2013	Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif.	Untuk mengidentifikasi Imitasi Bahasa Non Verbal oleh anak pada film-film animasi yang ditonton

F. Definisi Konsep

1. Gaya Komunikasi Imitasi

Gaya Komunikasi adalah suatu cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerima dengan niat sadar untuk memengaruhi perilaku mereka. Gaya komunikasi secara psikologis menempatkan makna hubungan sosial kedalam individu, yaitu dalam diri

partisipan komunikasi. Hal ini akan tampak jika kita melihat suatu hubungan dari sudut pandang kita sendiri. Suatu pemahaman psikologis terhadap komunikasi antarpribadi merupakan bagian penting dari pemahaman yang menyeluruh terhadap komunikasi antarpribadi.⁸

Imitasi atau meniru adalah suatu proses kognisi untuk melakukan tindakan maupun aksi seperti yang dilakukan oleh model dengan melibatkan indera sebagai penerima rangsang dan pemasangan kemampuan persepsi untuk mengolah informasi dari rangsang dengan kemampuan aksi untuk melakukan gerakan motorik. Imitasi pertama kali muncul di lingkungan keluarga, kemudian lingkungan tetangga dan lingkungan masyarakat. Proses ini melibatkan kemampuan kognisi tahap tinggi karena tidak hanya melibatkan bahasa namun juga pemahaman terhadap pemikiran orang lain.⁹

Gaya komunikasi imitasi sendiri dimaknai sebagai suatu cara yang dilakukan untuk menyampaikan sesuatu dengan meniru yang dilengkapi dengan melibatkan kemampuan persepsi dan aksi untuk melakukan gerakan motorik imitasi tersebut.

2. Waitress

Menurut Marsum W. A (1994: 90) dinyatakan bahwa *waitress* adalah karyawan atau karyawati di dalam sebuah restaurant yang bertugas menunggu tamu- tamu sehingga merasa mendapat sambutan dengan baik dan nyaman, mengambil pesanan makanan dan minuman

⁸ Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), Hal. 45

⁹ <http://wikipedia.org> (Diakses pada 20 Februari 2014, pukul 19.25 WIB)

serta menyajikannya, juga membersihkan restaurant dan lingkungannya serta mempersiapkan meja makan (*table setting*) untuk tamu berikutnya.

Ir. Endar Sugiarto, MM mendefinisikan waitress sebagai karyawan restoran yang mempunyai tugas dan tanggungjawab untuk melayani kebutuhan makanan dan minuman bagi para pelanggan secara professional.¹⁰

3. Restoran Kimchi-Go

Restoran Kimchi Go adalah sebuah Restoran yang menawarkan menu hidangan khas Negeri Ginseng Korea Selatan. Restoran ini berada di 2 tempat di Surabaya yakni di Galaxy Mall dan Pakuwon Trade Center (PTC). Restoran ini menyediakan berbagai menu makanan dari Negara Korea dengan bermacam-macam harga dan varian. Restoran ini ramai dikunjungi para pecinta Kuliner khususnya pecinta Kuliner Korea yang kebanyakan adalah pecinta Korea.

Jadi, Gaya Komunikasi Imitasi Waitress di Restoran Kimchi-Go adalah suatu cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerima dengan niat sadar untuk mempengaruhi perilaku mereka melalui proses kognisi untuk melakukan tindakan maupun aksi seperti yang dilakukan oleh model dengan melibatkan indera untuk melakukan gerakan motorik yang dilakukan oleh karyawan atau karyawan di dalam sebuah restaurant yang bertugas menunggu tamu- tamu, mengambil pesanan makanan dan minuman serta menyajikannya di Restoran Kimchi-Go.

¹⁰ Ir. Endar Sugiarto, *Pengantar Akomodasi dan Restoran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996), hal.30

G. Kerangka Pikir Penelitian

Untuk landasan teori, peneliti menggunakan Teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh *Erving Goffman*. Ketika Aristoteles mengungkapkan dramaturgi dalam artian seni maka *Erving Goffman* mendalami dramaturgi dari segi sosiologi. *Goffman* memperkenalkan dramaturgi pertama kali dalam kajian sosial psikologis dan sosiologi melalui bukunya, *The Presentation of Self In Everyday Life*.¹¹

Dramaturgi adalah varian lain dari teori Interaksi Simbolik. *Goffman* berbeda dengan pendahulunya dalam melihat diri (*self*). Dia lebih memusatkan perhatiannya pada pelaksanaan *audiensi social* dengan diri sendiri yang disebut sebagai dramaturgi atau pandangan tentang kehidupan sosial sebagai serentetan pertunjukkan drama, seperti yang ditampilkan diatas pentas. Dengan demikian, ada dua hal yang tidak dapat dijawab oleh fenomenologi *Weber* dan *Schutz* dan juga interaksionisme *Mead* bahwa kehidupan manusia ternyata memiliki simbolisasinya didalam arena drama; dalam arti interaksi sosial manusia memiliki kesamaan dengan interaksi didalam dunia pementasan, dimana terdapat perbedaan antara panggung depan dan panggung belakang.

Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul “ *The Presentational of Self in Everyday Life* “ memperkenalkan konsep Dramaturgi yang bersifat penampilan teateris. Diri kita dihadapkan pada tuntutan untuk tidak ragu-ragu melakukan apa yang diharapkan diri kita. Untuk memelihara citra diri yang stabil, orang melakukan “*pertunjukan*” (*performance*) di hadapan khalayak.

¹¹ Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life* (New York: Doubleday Anchor, 1959), hal. 35

Sebagai hasil dari minatnya pada “*pertunjukan*” itu, *Goffman* memusatkan perhatian pada dramaturgi atau pandangan atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan drama di panggung.

Fokus pendekatan dramaturgis adalah bukan apa yang orang lakukan, bukan apa yang ingin mereka lakukan atau mengapa mereka melakukan, melainkan bagaimana mereka melakukannya. *Burke* melihat bahwa tindakan sebagai sebuah konsep dasar dalam dramaturgis. Pandangannya tentang aksi manusia konsisten dengan apa yang dikembangkan oleh *Mead*, *Blumer* dan *Kuhn*.

Dramaturgi menekankan dimensi ekspresif/impresif aktivitas manusia, yakni bahwa makna kegiatan manusia terdapat dalam cara mereka mengeskpresikan diri dalam interaksi dengan orang lain yang juga ekspresif. Oleh karena perilaku manusia bersifat ekspresif inilah maka perilaku manusia bersifat *dramatic*.¹²

Pendekatan dramaturgi *Goffman* berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengelola pesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain. Kaum dramaturgis memandang manusia sebagai aktor-aktor diatas panggung metaforis yang sedang memainkan peran-peran mereka.

Dalam perspektif dramaturgi, kehidupan ini ibarat teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan diatas panggung, yang menampilkan peran-peran yang dimainkan para aktor. Untuk memainkan peran tersebut,

¹² Erving Goffman, *The Presentation of Self in everyday Life* (New York: Doubleday Anchor, 1959) Hal. 98

biasanya sang aktor menggunakan bahasa verbal dan menampilkan perilaku nonverbal tertentu serta mengenakan atribut-atribut tertentu, misalnya kendaraan, pakaian dan aksesoris lainnya yang sesuai dengan perannya dalam situasi tertentu. Aktor harus memusatkan pikiran agar dia tidak keseleo-lidah, menjaga kendali diri, melakukan gerak-gerik, menjaga nada suara dan mengekspresikan wajah yang sesuai dengan situasi.

Dalam buku *Presentation of Self in Everyday Life*, diterbitkan tahun 1959, secara ringkas dijelaskan dalam teori Dramaturgis bahwa identitas manusia adalah tidak stabil dan setiap identitas tersebut merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri. Identitas manusia bisa saja berubah-ubah tergantung dari interaksi dengan orang lain.

Dalam Dramaturgi terdiri dari *Front stage* (panggung depan) dan *Back Stage* (panggung belakang).¹³ *Front Stage* yaitu bagian pertunjukan yang berfungsi mendefinisikan situasi penyaksi pertunjukan. *Front stage* dibagi menjadi 2 bagian, *Setting* yaitu pemandangan fisik yang harus ada jika sang aktor memainkan perannya. Dan *Front Personal* yaitu berbagai macam perlengkapan sebagai pembahasa perasaan dari sang aktor. *Front personal* masih terbagi menjadi dua bagian, yaitu

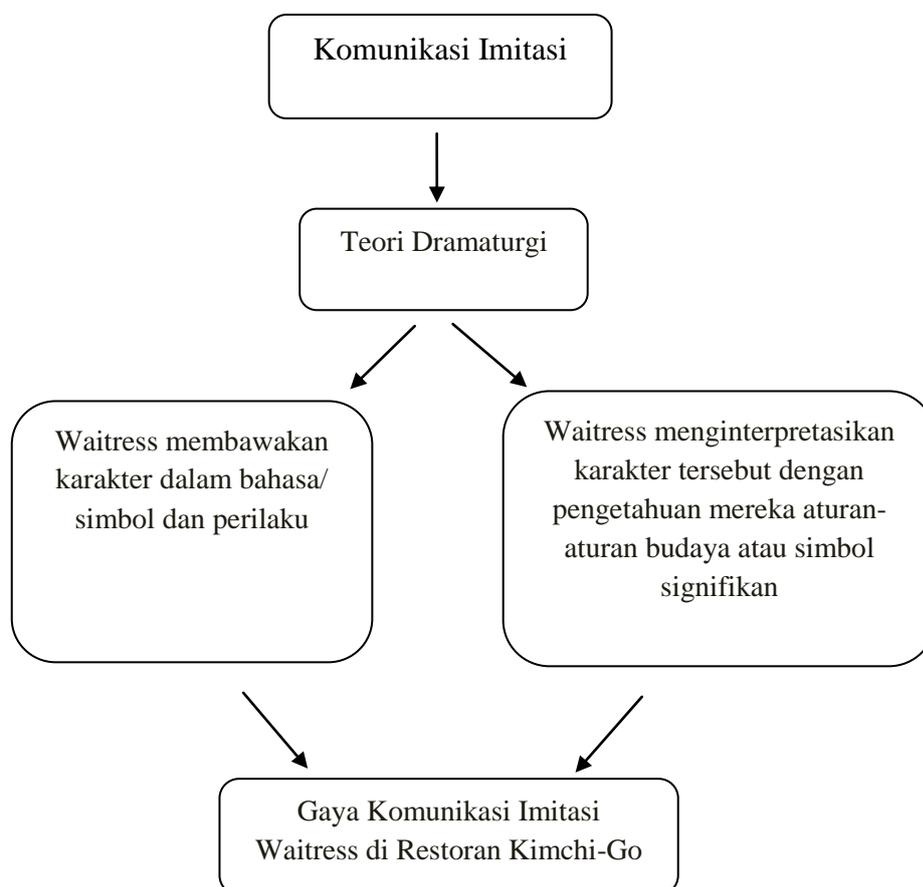
Penampilan yang terdiri dari berbagai jenis barang yang mengenalkan status *social actor*. Dan *Gaya* yang berarti mengenalkan peran macam apa yang dimainkan aktor dalam situasi tertentu. *Back stage* (panggung belakang)

¹³ Ibid , Hal. 35

yaitu ruang dimana disitulah berjalan scenario pertunjukan oleh “tim” (masyarakat rahasia yang mengatur pementasan masing-masing aktor).

Sedangkan *back stage* adalah keadaan dimana kita berada di belakang panggung, dengan kondisi bahwa tidak ada penonton. Sehingga kita dapat berperilaku bebas tanpa mempedulikan plot perilaku bagaimana yang harus kita bawakan.¹⁴ Berikut kerangka kerangka pikir penelitian seperti dijelaskan diatas:

Tabel. 2



¹⁴ .(<http://pristality.wordpress.com/2011/11/29/teori-dramaturgi-erving-goffman/>)

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan Etnografi dan jenis penelitiannya ialah deskriptif kualitatif. Disini peneliti melakukan penelitian dengan terjun langsung ke lokasi, mendeskripsikan dan mengkonstruksikan realitas yang ada serta melakukan pendekatan terhadap sumber informasi dengan tujuan untuk mendapatkan data yang lengkap, riil, maksimal dan sealam mungkin.¹⁵ Etnografi adalah pendekatan empiris dan teoretis yang bertujuan untuk mendapatkan deskripsi dan analisis mendalam tentang kebudayaan berdasarkan penelitian lapangan yang intensif.¹⁶ Dalam kasus yang akan di teliti sangat erat kaitannya dengan pengalaman-pengalaman individu terhadap suatu gejala atau konsep. Dimana gejala yang di maksud adalah gaya komunikasi yang dilakukan *waitress* restoran Kimchi-Go.

Penelitian ini dilakukan peneliti untuk mendapatkan hasil yang akurat namun juga alamiah. Alami disini maksudnya adalah, mendapatkan data dan fakta di 2 lapangan yang berbeda. Panggung depan yang berisikan ruang dimana informan melancarkan aksi Dramaturgi disertai dengan gaya komunikasi Imitasinya yakni di Restoran Kimchi Go.

¹⁵ Prof. Suharsimi Arikunto, *Penelitian Tindakan Kelas*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hal. 76

¹⁶ Emzir, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif dan Kualitatif* (Jakarta: RajaGrafindo, 2011), Hal. 150

Peneliti mengamati secara intens bagaimana gaya komunikasi imitasi yang dilakukan para waitress di Restoran Kimchi-Go. Dengan pendekatan yang intens sebagai seorang pelanggan yang seminggu 3-5 kali berkunjung ke Kimchi-Go, peneliti berusaha mengamati dan turut merasakan bagaimana dilayani oleh mereka. dengan begitu, akan didapat suatu simpulan dari rumusan masalah yang peneliti susun.

Tak hanya penelitian dari segi panggung depan saja, peneliti juga masuk ke panggung belakang informan sebagai seorang teman dan kawan. Berusaha mendekatkan diri, menjalin komunikasi yang baik dan berperan sebagai teman akrab pun dijalani demi tercapainya suatu tujuan mendapatkan jawaban atas gaya komunikasi mereka di belakang panggung.

Untuk landasan teori,peneliti menggunakan Teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman Ketika Aristoteles mengungkapkan dramaturgi dalam artian seni maka Erving Goffman mendalami dramaturgi dari segi sosiologi.Goffman memperkenalkan dramaturgi pertama kali dalam kajian sosial psikologis dan sosiologi melalui bukunya, *The Presentation of Self In Everyday Life*.

Alfred Schutz berpendirian bahwa tindakan manusia menjadi suatu hubungan sosial bila manusia memberi arti atau makna tertentu

terhadap tindakannya itu, dan manusia lain memahami pula tindakannya itu sebagai sesuatu yang penuh arti.¹⁷

b. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif. Disini peneliti menjabarkan hasil penelitian secara deskriptif kualitatif. Dengan menjelaskan secara detail tentang apa saja hasil yang didapat melalui uraian kalimat. Dalam penelitian kualitatif, peneliti bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjas, dan berakhir dengan suatu teori.

Penelitian deskriptif artinya melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat dan juga situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan, sikap, pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.¹⁸ Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Metode deskriptif bertujuan untuk:

- a) Mengumpulkan informan aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
- b) Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.

¹⁷ George Ritzer, *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda* (Yogyakarta: Kanisius, 1992), hal.82

¹⁸ Sudarmawan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), Hal. 41

- c) Membuat perbandingan/evaluasi.
- d) Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

2. Subyek Penelitian

Restoran Kimchi-Go adalah sebuah restoran masakan Korea yang dimiliki oleh sepasang Warga Negara Korea yang berdomisili di Surabaya. Kimchi-Go hanya ada di Surabaya dengan 2 restoran cabang saat ini yaitu di Galaxy Mall dan Pakuwon Trade Center (PTC). Dan satu lagi akan hadir di Tunjungan Plaza pada bulan Mei mendatang. Restoran Kimchi-Go menyajikan berbagai macam makanan khas Korea dengan menu aneka *bibimbap*, *kimchi*, *buloggi*, *jajangmyeon*, dan *bulgoggi*. Selain makanan, Kimchi-Go juga menyediakan minuman *ocha* (the khas Korea yang memiliki beraneka aroma seperti; green tea, olive, dan lidah buaya).

Restoran Kimchi-Go memiliki total kurang lebih 30 karyawan di 2 cabang dengan 1 *manager* lapangan dan 2 Supervisor di tiap restoran cabang. Komposisi karyawan Kimchi-Go di setiap outlet terdiri dari *waitress* , koki, kasir dan 1 supervisor. Jam kerja para waitress di Kimchi-Go berkisar normal yaitu 8 jam kerja dengan 2 shift pagi dan siang dalam jangka waktu jam 10 pagi hingga jam 10 malam.

Peraturan di Kimchi-Go yang mewajibkan tanggung jawab di tiap divisi kerja masing-masing karyawannya sangat ketat. Seperti contoh,

seorang waitrees dilarang menjadi kasir jika tanpa persetujuan Supervisor. Tiap divisi harus bertanggungjawab pada tiap area yang ada yaitu; dapur, kasir, dan pelanggan secara langsung (waitress). Karena itu, karyawan di Kimchi-Go sangat mengerti peraturan dan tanggung jawab yang dimiliki. Sehingga akan ada kesadaran dan rasa tanggung jawab yang lebih dengan tugasnya.

Dalam *Standard Operational Procedure* yang dimiliki Kimchi-Go mengharuskan para waitress untuk selalu bersikap ramah, sopan, dan sigap dalam melayani pelanggan. Kebutuhan akan kepuasan pelanggan dan citra perusahaan mengharuskan mereka untuk selalu hati-hati dan tanggung jawab dengan perilaku dan ucapan. Tidak bisa sembarangan dalam bersikap ketika didepan pelanggan.

Waitress di Restoran Kimchi-Go ini menyadari bahwa dalam melayani *customer* diperlukan komunikasi yang baik dan begitu juga dengan saat berkomunikasi dengan teman sejawat, rekan kerja dan keluarga di rumah. Hal ini memerlukan adanya sebuah gaya komunikasi yang baik. Bukan hanya sebagai wacana namun dapat diaplikasikan pada kehidupan sehari-hari.

Yang meliputi subjek penelitian ini adalah waitress Restoran Kimchi-Go mengenai gaya komunikasi imitasi waitress disana. Gaya komunikasi yang dipraktikkan waitress disana berbeda dengan gaya komunikasi yang biasa dilakukan oleh waitress di restoran lain. Kimchi-Go yang notabene adalah restoran Korea, menggunakan gaya bahasa Korea sebagai gaya komunikasi untuk waitress disana.

Latar belakang waitress di Restoran Kimchi-go ini berbeda-beda. Ada yang dari lulusan SMA, SMK dan Sarjana. Ada yang sudah berkeluarga (memiliki anak dan juga istri) ada juga yang masih lajang. Peneliti juga meminta rekomendasi dari pimpinan Kimchi-Go atas karyawan yang akan diwawancarai. Pimpinan Kimchi-Go yang mengerti para waitress nya yang dinilai baik dalam segi pelayanan dengan customer dan dari segi komunikasi yang baik.

Dengan latar belakang yang berbeda-beda tersebut, dalam berkomunikasi pun seringkali terdapat perbedaan gaya dan ciri khas. Begitu pula dalam gaya komunikasi imitasi yang mereka lakukan kepada pelanggan (*frontstage*) dan teman-teman sejawat, rekan kerja dan keluarga (*backstage*).

Waitress merupakan suatu jabatan yang terdapat dalam berbagai outlet *food and beverage* departemen seperti restoran. Seorang waitress melayani tamu yang makan dan minum di restoran, ia harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi tamu dan dapat dilakukan dengan berbagai cara. Dibutuhkan kesabaran dalam menghadapi konsumen, dan yang tak kalah pentingnya adalah *performance*. Ada dua kunci untuk menjadi pelayan yang baik. **Pertama**, perlu adanya pemahaman mengenai menu restoran dan **Kedua** perlu adanya pengorganisasian. Menunggu di meja bukanlah skill yang tinggi, tapi berurusan dengan publik tentu dapat menimbulkan stress dan pada umumnya masyarakat belum tentu pada perilaku yang terbaik saat sedang

lapar.¹⁹ Waitress Kimchi-Go mempraktekkan gaya ke-Korean nya selain dengan berbicara bahasa Korea juga mengenakan kostum *hanbok* (Baju Tradisional Khas Korea) yang telah dimodifikasi modern.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah ilmu komunikasi yang bertumpu pada kajian gaya komunikasi yang mengarah pada teori Dramaturgi Erving Goffman. Yang menjadi dasar peneliti melakukan penelitian tentang hal ini, dan data yang didapat dari hasil observasi awal mengenai gaya komunikasi imitasi para waitress di Restoran Kimchi-Go, diantaranya sikap lemah lembut, sopan, merendah, santun, ramah dan mengimitasi bahasa Korea dan dilengkapi dengan gestur tubuh tertentu.

Gaya komunikasi didefinisikan sebagai *a cognitive process which accumulate 'microbehaviour' form – giving of literal content and adds up to macro judgement. When a person communicates, it's considered on attempt of getting literal meanings across (Proses kognitif yang mengakumulasikan bentuk suatu konten agar dapat dinilai secara makro. Setiap gaya selalu merefleksikan bagaimana setiap orang menerima dirinya ketika dia berinteraksi dengan orang lain)*²⁰

Alasan kenapa objek penelitian menggunakan gaya komunikasi, karna peneliti memahami bahwa identitas dan citra diri dimata orang lain dipengaruhi oleh cara diri kita dalam berkomunikasi. Komunikasi

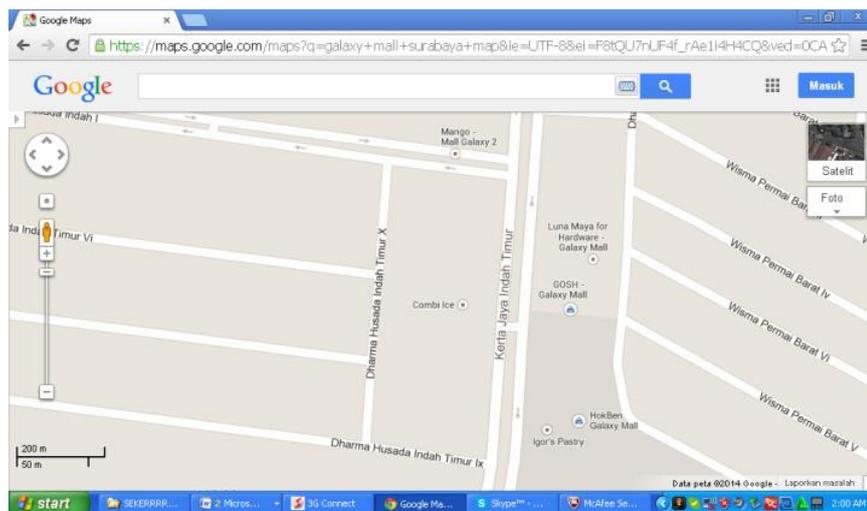
¹⁹ Endar Sugiarto, *Pengantar Akomodasi dan Restoran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996), hal.44

²⁰ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hal. 290

merupakan hal penting dalam kehidupan manusia, dengan kemampuan berkomunikasi yang baik, maka kita dapat menyampaikan pengetahuan, ide, gagasan kepada orang lain.

4. Lokus Penelitian

Gambar. 1
Denah lokasi Galaxy Mall



Lokus penelitian diadakan di Restoran Kimchi-Go yang terletak di Galaxy Mall Jl. Dharmahusada Indah Timur No.35-37, Surabaya tepatnya berlokasi di Foodcourt Lt.3 No.339.

Lokasi yang peneliti ambil untuk penelitian ini adalah Restoran Kimchi-Go yang merupakan restoran makanan khas Korea. Restoran ini terletak di Galaxy Mall yang beralamatkan Jl. Dharmahusada 35-37 Surabaya, Food Court Lt3 No.339. Restoran Kimchi-Go ini memiliki cabang lain yakni di Pakuwon Trade Center (PTC).

Keberadaan restoran Kimchi-Go di Galaxy Mall ini membuat penggemar makanan tertarik untuk mendatanginya. Terlebih para pecinta Korea yang saat ini jumlahnya meningkat seiring *Hallyu Wave* (Tren gelombang Korea). Restoran yang berada di Utara Foodcourt Lt.3 ini bersaing dengan stand

restoran makanan lain. Dengan total kurang lebih 30 karyawan dengan 1 manager dan 2 Supervisor di 2 cabang yang berada disana, restoran ini melayani pelanggannya dari hari Senin s/d Minggu dari jam 10 pagi sampai 10 malam.

Restoran ini didirikan oleh warga Negara Korea bernama Park Jae In yang memperistri seorang wanita Indonesia bernama Meilin Tanaya di pertengahan 2012. Mereka berdua membangun Kimchi-Go dari awal yang hanya 1 cabang di Pakuwon Trade Center dan kini menjadi 2 cabang yakni di Galaxy Mall.

Pada awal berdiri, Kimchi-Go memiliki 20 karyawan dengan 1 manager lapangan. Melihat perkembangan Restoran yang cukup pesat di awal 2013, membuat Park Jae In membangun kembali cabang di Galaxy Mall. Beberapa kemudian, perkembangan *Hallyu Wave* yang mulai menjamur di Indonesia, khususnya di Surabaya membuat pasangan ini lagi-lagi membuka cabang di Royal Plaza. Popularitas Royal Plaza yang lebih menjangkau kalangan menengah kebawah, menjadi alasan mereka mendekati Kimchi-Go dengan masyarakat. 1 tahun beroperasi di Royal Plaza, cabang Kimchi-Go ini dipindahkan ke Galaxy Mall dengan membawa semua karyawan disana dan semua alat produksinya.

Setelah dipindahkan ke Kimchi-Go pun, antusias masyarakat masih besar untuk menikmati makanan di Restoran ini. Memburunya sampai ke Galaxy Mall membuat Kimchi-Go semakin *mahsyur* diantara spot makanan di foodcourt.

Pemilihan makanannya pun turut diperhatikan pasangan beda budaya ini. Menyadari kehadiran di negara yang memiliki mayoritas penduduk Muslim ini membuat mereka memutar otak dengan meniadakan daging babi di semua menunya. Makanan Korea yang memiliki komposisi bahan sebagian besar dari daging babi ini, dirubah oleh Park Jae In menjadi menggunakan daging sapi.

Untuk citarasa sendiri, taidak akan merubah rasa seperti makanan aslinya. Citarasa terjaga, kebersihan diutamakan dan *No Pork* (tidak menggunakan daging babi) menjadi komponen utama yang dipegang Kimchi-Go dalam bersaing dengan restoran lainnya.²¹

Restoran Kimchi-Go yang menyajikan makanan dengan rentan harga Rp. 30.000,- s/d Rp. 100.000 per porsi nya ini, tidak hanya dinikmati satu kalangan khusus, sebutlah kaum etnis Cina, tapi restoran ini bisa dinikmati oleh semua kalangan.

Gambar. 2
Menu makanan di restoran Kimchi-Go



5. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Dalam hal ini, data yang akan digapai merupakan data yang diperoleh langsung dari penelitian terhadap proses (gaya) komunikasi imitasi waitress di Restoran Kimchi-Go.

²¹ Website Kimchi-Go (www.kimchi-go.id)

1) Data Primer

Data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) yang secara khusus di kumpulkan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Sumber data primer merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber asli dan tidak melalui media perantara.

Data primer bisa didapat dari para informan yang telah ditunjuk oleh peneliti sebagai informan.²² Artinya dengan melalui sumber data primer ini, peneliti dapat memperoleh data dari sumber aslinya/ informan, yang dilakukan dengan proses wawancara, pengamatan dan partisipasi yang mendalam dalam upaya untuk menjawab pertanyaan yang menyangkut tentang permasalahan peneliti.

Data yang diperoleh pun menyangkut panggung depan waitress ketika sedang berkomunikasi dengan pelanggan, bagaimana mereka melakukan proses komunikasi imitasi, bagaimana mereka melakukan gaya komunikasi mereka sendiri dan bagaimana mereka memainkan peran utama seorang waitress yang lemah lembut, ramah, murah senyum dan sabar dalam menghadapi pelanggan, lepas dari karakter asli mereka masing-masing.

Panggung belakang pun tak luput dari pengamatan peneliti dalam hal ini, karna panggung belakang juga turut mendukung data

²² Gabriel Amin Silalahi, *Metode Penelitian dan Studi Kasus*, (Sidoarjo: Citra Media, 2003), Hal 57

dan fakta mengenai terjadinya Dramaturgi yang sedang dilakukan para waitress. Mengenali karakter waitress secara lebih privat dan intim, akan membuat data yang didapat menjadi alami dan semakin menunjukkan adanya “panggung sandiwara”.

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data peneliti yang diperoleh peneliti secara tidak langsung/ melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, wawancara dan dokumenter yang dipublikasikan maupun tidak.

Sumber data sekunder ini dapat membantu peneliti untuk mendapatkan bukti maupun bahan yang akan diteliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan suatu penelitian dengan baik, karena didukung oleh data dari buku yang sudah dipublikasikan maupun belum.²³

Peneliti menghimpun data sekunder ini berupa data karyawan, sejarah dan *Company Profile* Kimchi-Go. Berbagai sumber turut membantu peneliti dalam pengumpulan data sekunder ini, yang kebanyakan berasal dari top manajemen Kimchi-Go.

b. Sumber Data

Sumber data dalam hal ini merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.²⁴ Adapun informan dalam hal ini adalah waitress di Restoran Kimchi-Go.

²³ Winarno Surahmad, *Dasar-dasar Teknik Penelitian*, (Bandung: CV. Tarsita, 1989), Hal. 162

²⁴ Iskandar Wirjokusumo dan Soemardji Ansori, *Metode Penelitian Kualitatif* (Unesa

Informan adalah orang yang benar-benar tahu dan terlibat dalam subyek penelitian tersebut, peneliti memastikan dan memutuskan siapa orang yang dapat memberikan informasi yang relevan yang dapat membantu menjawab pertanyaan peneliti. Disini peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* dalam menentukan siapa informan yang hendak diwawancarai agar tetap fokus dalam penelitian dan sesuai dengan tujuan penelitian.

6. Tahap-tahap Penelitian

Ada 3 tahapan yang dilaksanakan dalam proses penelitian ini, yaitu:

a. Tahap Pra Lapangan

Tahap ini merupakan tahapan persiapan sebelum melakukan penelitian²⁵

1) Menyusun Rancangan Penelitian

Dalam konteks ini, peneliti terlebih dahulu membuat rumusan permasalahan yang akan dijadikan obyek penelitian, untuk kemudian membuat usulan judul penelitian sebelum melaksanakan penelitian hingga membuat proposal penelitian.

Proses ini dilalui peneliti berawal dari aktivitas mengunjungi restoran Kimchi-Go yang cukup intens, melihat fenomena Tren Kpop di kalangan masyarakat saat ini dan memperhatikan gerak-gerik waitress secara rinci, lalu terbersit keinginan untuk lebih mengetahui bagaimana komunikasi bahasa Korea itu dipelajari para waitress yang notabene

University Press, 2009), hal. 10

²⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hal. 86.

mungkin bukan merupakan pecinta Korea dan segala hal didalamnya. Dari situ lah, timbul keinginan untuk menjadikannya menjadi suatu penelitian ilmiah yang diajukan peneliti dalam proses akhir program Strata 1.

b. Tahap Lapangan

Tahap ini peneliti lebih focus pada pencarian dan pengumpulan data dilapangan, serta mengamati segala bentuk aktivitas yang ada dilokasi penelitian. Sambil menulis catatan lapangan untuk tahap berikutnya.²⁶

Pada proses ini ada sedikit kendala dalam pemilihan lokus penelitian, dimana pada awalnya, peneliti mengajukan ijin penelitian di cabang Royal Plaza, namun ternyata cabang di Royal Plaza sudah dipindahkan menjadi satu di Galaxy Mall. Namun, hal ini tak lantas menyurutkan semangat peneliti untuk meneliti Gaya Komunikasi Imitasi seorang waitress. Peneliti kemudian beralih tempat ke Galaxy Mall dengan sebelumnya berkonsultasi dengan dosen pembimbing dan Ketua Prodi Komunikasi selaku penanggung jawab penelitian.

Setelah perijinan sudah tidak bermasalah, peneliti mulai meneliti dengan seksama dan intens di lapangan. Dengan mendatangi restoran saat jam kerja, dengan tujuan untuk mengamati, memantau dan

²⁶ Dedy N, Hidayat, 1999. “*Paradigma dan Perkembangan Penelitian Komunikasi*”, “Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Vol.III/April 1999, Jakarta: IKSI dan Remaja Rosdakarya. Hal. 73

merasakan sendiri suasana ketika dilayani oleh waitress tersebut. Dalam waktu seminggu pun, peneliti mengunjungi Kimchi-Go hampir 3-5 kali.

Disela-sela menjadi pelanggan pun, terkadang peneliti juga berusaha mengobrol dengan waitress ketika sedang tidak bertugas untuk melakukan wawancara singkat mengenai seluk beluk pengalaman selama bekerja.

Tak hanya panggung depan, yakni di Restoran Kimchi-Go, peneliti juga mengunjungi tempat tinggal waitress untuk membina hubungan baik dengan mereka, bertindak sebagai seorang teman dan orang biasa. Sebuah respon baik didapat peneliti ketika melakukan penelitian di panggung belakang ini. Para waitress menerima peneliti sebagai seorang teman yang tidak lagi berlaku sebagai seorang pencari data. Dari sinilah, fakta sebenarnya tentang siapa mereka pun terbongkar, karakter yang tidak ditampilkan dalam panggung depan ketika melayani pelanggan pun menjadi dibuka dengan suasana akrab yang alami.

c. Tahap Analisis Data

Hasil dari penelitian ini kemudian dianalisa dengan menggunakan 3 alur kegiatan yang secara bersamaan yaitu reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Reduksi data dalam hal ini melakukan pemilihan data yang menjadi perhatian penelitian dari beberapa data yang banyak ditemukan dan selanjutnya memilih data yang tepat dan akurat.

Penyajian data dilakukan untuk menarik kesimpulan dari sekumpulan informasi atau data yang selanjutnya disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif yaitu tentang gaya komunikasi imitasinya.

Penarikan kesimpulan dalam hal ini peneliti menarik kesimpulan awal dari hasil sementara yang ada, kemudahan melakukan verifikasi atau pencocokan hasil kesimpulan awal dengan kesimpulan akhir dengan bukti-bukti yang ada dalam penelitian.²⁷

Tahap analisis data ini meliputi analisis data baik yang diperoleh melalui observasi, dokumentasi, ataupun wawancara mendalam dengan waitress Restoran Kimchi-Go. Kemudian dilakukan penafsiran data sesuai dengan konteks permasalahan yang diteliti. Selanjutnya melakukan pengecekan keabsahan data dengan cara mengecek sumber data yang di dapat dan metode perolehan data sehingga data benar-benar valid sebagai dasar dan bahan untuk memberikan makna data yang merupakan proses penentuan dalam memahami konteks penelitian yang sedang diteliti.

d. Tahap Penulisan Laporan

Tahapan terakhir ini meliputi kegiatan penyusunan hasil penelitian dari semua rangkaian kegiatan pengumpulan data sampai pemberian makna data. Setelah itu, melakukan konsultasi hasil penelitian dengan dosen pembimbing untuk mendapatkan perbaikan dan saran-saran demi kesempurnaan hasil.

²⁷ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research II*, (Yogyakarta: Andi Officer, 1991), hal. 136

7. Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik Observasi

Observasi atau pengamatan terlibat menurut Becker et al adalah pengamatan yang dilakukan sambil sedikit banyak berperan serta dalam kehidupan orang yang kita teliti. Pengamat terlibat mengikuti orang-orang yang diteliti dalam kehidupan sehari-hari mereka, melihat apa yang mereka lakukan, kapan, dengan siapa dan dalam keadaan apa, menanyai mereka mengenai tindakan mereka.

Penggunaan metode observasi dalam penelitian ini, sesuai yang di kemukakan oleh Blak dan Champion (1999: 286-287), antara lain: pertama, untuk mengamati fenomena sosial-keagamaan sebagai peristiwa aktual yang memungkinkan peneliti memandang fenomena tersebut sebagai proses; kedua, untuk menyajikan kembali gambaran dari fenomena sosial-keagamaan dalam laporan penelitian dan penyajiannya; dan ketiga, untuk melakukan eksplorasi atas setting sosial di mana fenomena itu terjadi.

H.B. Sutopo (1997:10-11), mengemukakan bahwa teknik observasi digunakan untuk menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, tempat, lokasi dan benda serta rekaman gambar. Observasi dapat dilakukan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Observasi langsung dapat mengambil peran maupun tidak berperan. Spradley (1980), menjelaskan bahwa peran peneliti dalam metode observasi dapat dibagi menjadi: (1). Tak berperan sama sekali, (2). Berperan aktif, (3).

Berperan pasif, dan (4). Berperan penuh, dalam arti peneliti benar-benar menjadi warga atau anggota kelompok yang sedang diamati.²⁸

Dalam teknik ini, peneliti memperoleh data yaitu fenomena komunikasi yang terjadi padapara waitress Restoran Kimchi-Go. Selain itu, peneliti juga mengetahui gaya komunikasi imitasi yang digunakan oleh waitress tersebut.

b. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan wawancara dan terwawancara (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Wawancara dilakukan secara mendalam disini maksudnya adalah menggali data dari informan melalui tanya jawab dengan waitress Kimchi-Go. Pada sesi wawancara ini peneliti di harapkan dapat mengetahui bagaimana proses gaya komunikasi imitasi yang di gunakan oleh *waitress* Kimchi-Go. Dalam teknik ini, data-data yang diperoleh yaitu peneliti mengetahui bagaimana tingkah laku waitress saat di *front stage* dan *backstage*. Saat mereka sedang bekerja dan saat mereka kembali menjadi masyarakat biasa dengan segala kebiasaan dan tingkah laku sehari-hari.

²⁸ Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*,(Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hal. 167.

c. Dokumentasi

Yaitu proses melihat kembali data-data dari dokumentasi berupa segala macam bentuk informasi yang berhubungan dengan penelitian yang dimaksud dalam bentuk tertulis atau rekaman suara. Pengumpulan data dokumen merupakan metode yang digunakan peneliti untuk menelusuri data histories yang berisi sejumlah fakta yang berbentuk dokumen, hal ini sebagai pelengkap data penelitian, data sebagai penunjang dari hasil wawancara dan observasi.

Dalam teknik ini, peneliti mendapatkan data-data yang berupa dokumentasi foto dan rekaman hasil wawancara dan dokumen-dokumen yang ada sebagai kelengkapan penelitian ini.

8. Teknik Analisis Data

Definisi analisis data, banyak dikemukakan oleh para ahli metodologi penelitian. Berikut ini adalah definisi analisis data yang dikemukakan oleh para ahli metodologi penelitian tersebut, yang terdiri dari :

1. Menurut Bogdan dan Taylor (1971), analisis data adalah proses yang merinci usaha formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesa itu.
2. Menurut Lexy J. Moleong (2002), analisis data adalah proses mengorganisasikan dari mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Dari pengertian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa, analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademik dan ilmiah.²⁹

Teknik analisis data berkaitan dengan bagaimana peneliti akan menerapkan prosedur penyelesaian masalah untuk menjawab perumusan masalah penelitian. Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah jenis analisis kualitatif. Penelitian kualitatif ini bersifat induktif yaitu peneliti membiarkan permasalahan muncul dari data atau dibiarkan terbuka untuk interpretasi. Peneliti menghimpun data dengan pengamatan yang seksama dan mencakup deskripsi dalam konteks yang mendetail disertai catatan-catatan hasil wawancara yang mendalam serta hasil analisis dokumen lainnya yang menunjang.

Penelitian ini akan menggali dan menggabungkan dari sumber data yang tersedia yaitu:

- a. Sumber kepustakaan, maksudnya adalah memperoleh data teoretis dengan cara membaca, mempelajari literature-literatur yang ada hubungannya dengan permasalahan dalam penelitian.
- b. Sumber lapangan, maksudnya adalah mencari data dengan cara terjun langsung pada obyek penelitian untuk memperoleh data yang konkrit dan valid tentang segala sesuatu yang diselidiki.

²⁹Ibid., hal. 192.

9. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini, seperti yang dirumuskan ada tiga macam yaitu, antara lain :

a) Perpanjangan Keikutsertaan

Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan peneliti pada latar penelitian.³⁰ Dalam konteks ini, dalam upaya menggali data atau informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, peneliti selalu ikut serta dengan informan utama dalam upaya menggali informasi yang berkaitan dengan fokus penelitian. Misalnya peneliti selalu bersama informan utama dalam melihat lokasi penelitian.

b) Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan dilakukan dengan maksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang relevan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.³¹ Dalam konteks ini, sebelum mengambil pembahasan penelitian, peneliti telah melakukan pengamatan terlebih dahulu secara tekun dalam upaya menggali data atau informasi untuk di jadikan obyek penelitian, yang pada akhirnya peneliti menemukan permasalahan yang menarik untuk dibedah, yaitu masalah Gaya Komunikasi Imitasi Waitress di Restoran

³⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hal. 175.

³¹ *Ibid.*, hal. 177.

Kimchi-Go dari segi penggunaan bahasa serta gerak-gerik perilaku saat mereka berkomunikasi.

c) Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Denzin (1978), membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyedik dan teori.³² Validitas dan objektivitas merupakan persoalan fundamental dalam kegiatan ilmiah. Agar data yang diperoleh peneliti memiliki validitas dan objektivitas yang tinggi, diperlukan beberapa persyaratan yang diperlukan. Berikut ini akan peneliti kemukakan metode yang digunakan untuk meningkatkan validitas dan objektivitas suatu penelitian, terutama dalam penelitian kualitatif.

Robert K. Yin (1996), mensyaratkan adanya validitas design penelitian. Untuk itu, Paton (1984), menyarankan diterapkan teknik triangulasi sebagai validitas design penelitian. Adapun teknik triangulasi yang peneliti pakai dalam penelitian ini adalah triangulasi data atau triangulasi sumber. Sebagaimana dikemukakan Yin, triangulasi data dimaksudkan agar dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan multi sumber data.³³

³² Ibid., hal. 178

³³ Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001),hal. 185.

Dalam konteks ini, upaya yang dilakukan oleh peneliti dalam pengecekan data yaitu dengan menggunakan sumber data dalam pengecekan data yaitu dengan menggunakan sumber data dalam penggaliannya, baik itu sumber data primer yang berupa hasil wawancara maupun sumber data sekunder yang berupa buku, majalah dan dokumen lainnya. Sedangkan metode atau cara yang digunakan dalam analisis data adalah metode analisis kualitatif.

Artinya analisis kualitatif dilakukan dengan memanfaatkan data (kualitatif) dari hasil observasi dan wawancara mendalam, dengan tujuan memberikan eksplanasi dan pemahaman yang lebih luas atas hasil data yang dikumpulkan. Dan kemudian peneliti melakukan langkah membandingkan atau mengkorelasikan hasil penelitian dengan teori yang telah ada. Hal itu dilakukan untuk mencari perbandingan atau hubungan antara hasil penelitian dengan teori yang telah ada.

I. Sistematika Pembahasan

Guna memberi kemudian pembahasan dalam menganalisa studi penelitian ini, diperlukannya sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, dimana bab pertama dari penelitian ini yang mengantarkan pembaca untuk dapat menjawab pertanyaan apa yang diteliti, untuk apa dan mengapa penelitian itu dilakukan. Maka dari itu di dalam bab pendahuluan terdapat latar belakang fenomena permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi konsep, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : Kerangka Teoritis, dimana bab ini memuat serangkaian sub-sub bahasan tentang kajian teoritis obyek kajian yang dikaji. Adapun bagian-bagiannya berisi: kajian pustaka dan kajian teori.

BAB III : Penyajian Data, dimana bab ini berisi tentang data-data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti ketika berada di lapangan. Adapun bagian-bagiannya berisi: deskripsi subyek dan lokasi penelitian dan deskripsi data penelitian.

BAB IV : Analisis Data, dimana bab ini mengulas atau menganalisis data-data yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Adapun bagian-bagiannya berisi: Temuan Penelitian dan Konfirmasi Temuan Dengan Teori.

BAB V : Penutup, dimana bagian ini memuat: Simpulan dan Rekomendasi (saran).