

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**KONSEP DIRI SALES PROMOTION GIRLS (SPG) ROKOK DALAM  
MENARIK MINAT BELI KONSUMEN  
(STUDI PADA SPG ROKOK LUCKY STRIKE DI PEKANBARU)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
pada Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Riau



**ADIS AISARA**

NPM : 159110125  
Konsentrasi : Humas  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
KOTA PEKANBARU  
2021**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING**

Nama : Adis Aisara  
NPM : 159110125  
Bidang Konsentrasi : Humas  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S. 1)  
Judul Skripsi : Konsep Diri Sales Promotion Girls (SPG) Rokok Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Pada SPG Rokok Lucky Strike Di Pekanbaru)

Format sistematika dan pembahasan materi masing - masing bab dan sub-bab dalam Skripsi ini, telah dipelajari dan nilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk di sidangkan dalam ujian Komprehensif.

Pekanbaru, 04 Agustus 2021

Turut Menyetujui :

Pembimbing

Ketua Program Studi



(Harry Setiawan, M.I.Kom)



(Tessa Shasrini, B. Comm, M. Hrd)

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI**

Nama : Adis Aisara  
NPM : 159110125  
Bidang Konsentrasi : Humas  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S 1)  
Hari/Tanggal Skripsi : Rabu / 09 Juni 2021  
Judul Skripsi : Konsep Diri Sales Promotion Girls (SPG) Rokok Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Pada SPG Rokok Lucky Strike Di Pekanbaru)

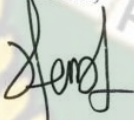
Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 04 Agustus 2021

Tim Penguji

Penguji,

Ketua,



(Tessa Shasrini, B. Comm, M. Hrd)



(Dyah Pithaloka, M.Si)

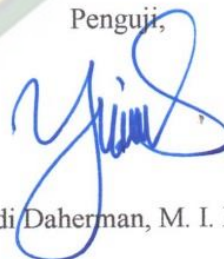
Mengetahui,

Wakil Dekan I



(Cutra Aslinda, M. I. Kom)

Penguji,



(Yudi Daherman, M. I. Kom)



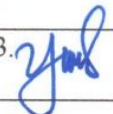


**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**


**BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF**

Berdasarkan Surat keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, Nomor : 0448/UIR-Fikom/Kpts/2021 Tanggal, 20 Mei 2021 maka di hadapan penguji pada hari ini, **Rabu** tanggal **09 Juni 2021 Jam : 09.00 – 10.00 WIB** bertempat di ruang **Rapat Dekan** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau telah dilaksanakan ujian komprehensif skripsi atas mahasiswa:

Nama : **Adis Aisara**  
NPM : 159110125  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Humas  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-I)  
Judul Penelitian : Konsep Diri Sales Promotion Girls (SPG) Rokok Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Pada SPG Rokok Lucky Strike Di Pekanbaru)  
Nilai Ujian : Angka : "71,66" ; Huruf : "B"  
Keputusan Hasil Ujian : **Lulus**  
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Tessa Shasrini, B. Comm, M. Hrd	Ketua	1. 
2	Dyah Pithaloka, M.Si	Penguji	2. 
3	Yudi Daherman, M. I. Kom	Penguji	3. 

Pekanbaru, 09 Juni 2021  
Dekan,

  
**Dr. Muhd. AR. Imam Riau, M. I. Kom**

HALAMAN PENGESAHAN

**KONSEP DIRI SALES PROMOTION GIRLS (SPG) ROKOK DALAM  
MENARIK MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA SPG  
ROKOK LUCKY STRIKE DI PEKANBARU)**

Yang diajukan oleh:

Adis Aisara  
NPM : 159110125

Pada tanggal :

09 Juni 2021

Mengesahkan :

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

(Dr. Muhd. AR. Imam Riauan, M. I. Kom)

Dewan Penguji

Tanda Tangan,

Tessa Shasrini, B. Comm, M. Hrd

\_\_\_\_\_

Dyah Pithaloka, M.Si

\_\_\_\_\_

Yudi Daherman, M. I. Kom

\_\_\_\_\_

## PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirobbil'alamin*

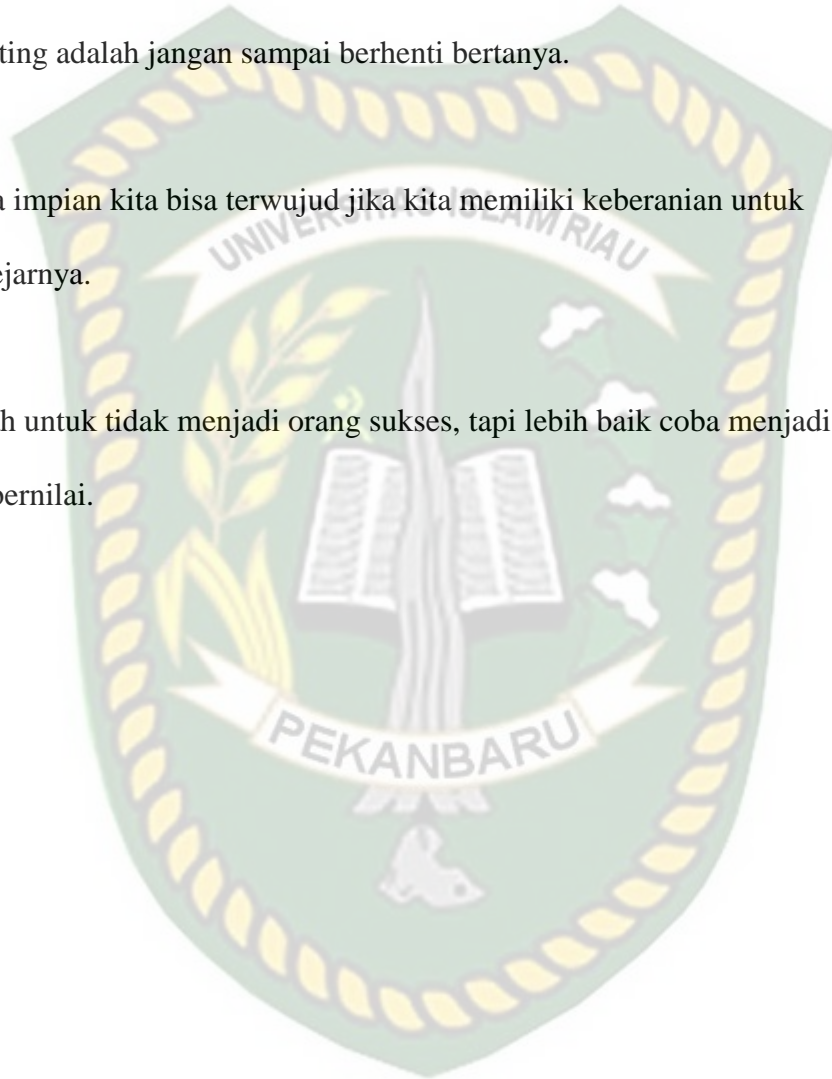
Sujud syukurku ku sembahkan kepada Mu Tuhan yang MahaAgung, takdir-Mu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagi ku untuk meraih cita-cita besarku. Lantunan Al-Fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terima kasihku untuk Mu. Kupersembahkan sebuah karya kecil ini teruntuk dan terkhusus Ayahanda Zulmasdi (Alm) dan Ibundaku Emiyarti serta kakak dan abangku Silvia Agustin, Melki Andrian dan Bobi Aldila, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Ayah, ibu, terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu. Dalam silah di lima waktu mulai fajar terbit hingga terbenam seraya tanganku menadah "Yaa Allah Yaa Rahman Yaa Rahim, terima kasih telah kau tempatkan aku diantara kedua malaikat Mu yang setiap waktu ikhlas menjaga, mendidik, membimbingku dengan baik. Yaa Allah berikanlah balasan setimpal syurga firdaus untuk mereka dan jauhkanlah mereka nanti dari panasnya sengat hawa api nerakaMu.

## MOTTO

Belajar dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk hari besok. Dan yang terpenting adalah jangan sampai berhenti bertanya.

Semua impian kita bisa terwujud jika kita memiliki keberanian untuk mengejanya.

Cobaah untuk tidak menjadi orang sukses, tapi lebih baik coba menjadi orang yang bernilai.





## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai prasyarat untuk menyelesaikan Studi Strata-1 atau S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Universitas Islam Riau (UIR). Shalawat beriring salam penuh kerinduan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, manusia mulia sepanjang zaman, beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah membawa kita ke alam yang penuh ilmu pengetahuan dan peradaban.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi tata bahasa, teknik penulisan, segi bentuk ilmiahnya, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan berbagai kritik dan saran perbaikan demi kesempurnaannya.

Dalam penyusunan skripsi yang berjudul **Konsep Diri Sales Promotion Girls (SPG) Rokok Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Pada Spg Rokok Lucky Strike Di Pekanbaru)**, tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang memungkinkan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, rasa terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada:



1. Tessa Shasrini, M.Hrd, selaku Pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan serta mengorbankan waktu dalam penyelesaian Proposal ini.
2. Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
3. Bapak-bapak dan Ibu-Ibu Karyawan-Karyawati Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
4. SPG Rokok Lucky Strike di Pekanbaru beserta anggita dan pedagang dengan menggunakan mobil yang membayar pajak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dengan data-data dan solusi yang penulis butuhkan.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon semoga bimbingan, bantuan, pengorbanan dan keikhlasan yang telah diberikan selama ini akan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan balasan yang layak dari Allah SWT, Amin Yarabbal Alamin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 22 Maret 2021

Penulis

**Adis Aisara**  
**159110125**

## DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing	
Lembar Pernyataan	
Halaman Persembahan .....	ii
Halaman Motto .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel.....	viii
Abstrak .....	ix
<i>Abstract</i> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar belakang Masalah penelitian .....	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian .....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Kajian Literatur.....	9
1. Komunikasi .....	9
2. Hambatan Komunikasi .....	13
3. Konsep Diri.....	17
B. Defenisi Operasional .....	23
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	27
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	27
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	28
D. Sumber Data .....	29
E. Teknik pengumpulan data .....	30
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	31
G. Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN HASIL PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
B. Hasil Penelitian.....	36
C. Pembahasan .....	67

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran .....	73

**Daftar Pustaka**  
**Lampiran**



Dokumen ini adalah Arsip Miik :  
**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1.	Jadwal Kegiatan Penelitian .....	29





## Abstrak

### Konsep Diri Sales Promotion Girls (SPG) Rokok Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi pada SPG Rokok Lucky Strike di Pekanbaru)

Adis Aisara  
NPM : 159110125

*Sales Promotion Girl* (SPG) pada dasarnya merupakan fungsi utama dalam mempromosikan dan memperkenalkan suatu produk, secara tidak langsung bisa dikatakan sebagai pucuk dari penjualan produk tersebut, karena berhadapan langsung dengan konsumen. Kuatnya persepsi negatif masyarakat terhadap pekerjaan seorang SPG membuat tindakan buruk pasti akan terjadi kapan saja. Walaupun pada dasarnya mereka mengetahui resiko yang akan dihadapi bila menjadi SPG rokok, tetapi tingkat kebutuhan hidup yang tinggi menuntut mereka untuk mengesampingkan resiko tersebut. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui konsep diri sales promotion girls (SPG) rokok dalam menarik minat beli konsumen (Studi Pada Spg Rokok Lucky Strike Di Pekanbaru). Metode penelitian yang di gunakan adalah metode kualitatif. Subjek yang menjadi penelitian saya adalah Sales promotion girls (SPG) rokok Rokok Lucky Strike di Pekanbaru secara keseluruhan berjumlah 25 orang akan tetapi dalam penelitian ini hanya mengambil subjek sebanyak 4 orang. Adapun alasan saya memilih informan tersebut diatas karena sebagai sumber untuk mencari informasi terkait dengan penelitian yang dilakukan dan terkait langsung dalam konsep diri sales promotion girls (SPG) rokok dalam menarik minat beli konsumen sehingga dapat memperoleh informasi yang akurat. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan yaitu *Sales promotion girl* (SPG) rokok di Kota Pekanbaru konsep dirinya yaitu positif dalam menarik minat beli konsumen. Para SPG rokok tidak memperlakukan mereka menggunakan baju kerja yang ketat dan *sexy* serta mendapat rayuan selagi yang mereka dapatkan dari para konsumen masih sebatas wajar dan tidak menggunakan kontak fisik, bagi mereka itu tidak menjadi masalah dalam hal rayuan karena tuntutan dari pekerjaannya, jadi hal seperti itu dianggap wajar. Selagi para SPG rokok bekerja dengan lurus-lurus saja dan mendapatkan penghasilan, mereka akan terus bekerja menjadi *sales promotion girl* (SPG) rokok.

**Kata Kunci :** Konsep Diri, Sales Promotion Girls, Minat Beli Konsumen

## Abstract

### Self Concept of Cigarette Sales Promotion Girls (SPG) in Attracting Consumer Purchase Interest (Study on Lucky Strike Cigarette SPG in Pekanbaru)

Adis Aisara  
NPM: 159110125

Sales Promotion Girl (SPG) is basically the main function in promoting and introducing a product, indirectly it can be said to be the culmination of selling the product, because it is dealing directly with consumers. The strong negative public perception of the work of an SPG makes bad actions inevitably happen at any time. Although basically they know the risks that will be faced if they become SPG cigarettes, the high level of life necessity requires them to put these risks aside. The purpose of this study is to determine the self-concept of sales promotion girls (SPG) of cigarettes in attracting consumer buying interest (Study on Lucky Strike Cigarettes Spg in Pekanbaru). The research method used is a qualitative method. The subjects that became my research were Sales Promotion Girls (SPG) of Lucky Strike Cigarettes in Pekanbaru. Overall there were 25 people, but in this study only 4 people took the subject. As for the reason I chose the informant mentioned above because as a source to find information related to research conducted and directly related to the self-concept of cigarette sales promotion girls (SPG) in attracting consumer buying interest so that they can obtain accurate information. From the research results, it is concluded that the sales promotion girl (SPG) of cigarettes in Pekanbaru City has a positive self-concept in attracting consumer buying interest. Cigarette SPGs don't mind them using tight and sexy work clothes and getting seduced while what they get from consumers is still reasonable and they don't use physical contact, for them it's not a problem in terms of seduction because of the demands of their work, so things like that deemed reasonable. While the cigarette SPGs work straight and earn income, they will continue to work as cigarette sales promotion girls (SPG).

**Keywords :** Self-Concept, *Sales Promotion Girls*, Consumer Purchase Interest

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama : Adis Aisara  
Tempat/Tanggal Lahir : Dumai / 11 Juni 1996  
NPM : 159110125  
Bidang Konsentrasi : Humas  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Alamat/No Tlp : Jl. Air Dingin Ujung / 081927625911  
Judul Skripsi : Konsep Diri Sales Promotion Girls (SPG) Rokok Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Pada Spg Rokok Lucky Strike Di Pekanbaru)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) adalah dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni, gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 22 Maret 2021  
Yang Menyatakan,



ADIS AISARA



# BAB I

## PENDAHULUAN

### **A. Latar Belakang Masalah**

Keberadaan komunikasi dalam kehidupan manusia sangatlah berpengaruh. Karena, manusia pada hakekatnya sebagai makhluk sosial tidak bisa hidup tanpa orang lain atau saling membutuhkan. Melalui komunikasi seseorang dapat menyampaikan suatu pesan, menjalin hubungan dan membentuk sebuah relasi. Komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat fundamental bagi setiap orang dalam hidup bermasyarakat. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi. Namun, hal yang paling penting untuk bertahan hidup dalam kehidupan bermasyarakat yaitu, seseorang harus memiliki sebuah pekerjaan. tingginya kebutuhan hidup sehari-hari menuntut manusia baik laki-laki maupun perempuan untuk melakukan pekerjaan apapun demi memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Kebudayaan di masyarakat khususnya Indonesia dalam mempersepsikan pekerjaan yang sesuai dengan kalangan perempuan masih kuat. Terlebih perempuan masih dipersepsikan dengan pekerjaan yang menggunakan pakaian rapi dan berada di dalam ruangan. Sedangkan, pekerjaan yang lebih menggunakan tenaga dan menantang di anggap lebih pantas untuk laki-laki. Namun, semakin berkembangnya zaman ini sudah tidak ada lagi perbedaan antara perempuan dengan laki-laki, tingginya tingkat kesetaraan antara perempuan dengan laki-laki



membuat segala sesuatu menjadi sama, termasuk dalam hal pekerjaan. Banyak pekerjaan sekarang sudah melibatkan seorang perempuan salah satunya adalah *sales*.

*Sales* adalah pekerjaan yang bergerak dalam bidang penawaran barang dan jasa kepada konsumen. Pekerjaan ini menjanjikan jenjang karier yang cukup baik dan jumlah penghasilan yang tergolong tinggi (Siswanto Sutojo, 2000). Jasa *sales* merupakan salah satu cara promosi yang akhir-akhir ini banyak digunakan oleh produsen/perusahaan. Perusahaan merekrut perempuan dan laki-laki dengan syarat dan kriteria tertentu untuk bekerja memasarkan suatu jenis produk. Bagi laki-laki harus ulet dan pandai berbicara, sedangkan yang perempuan harus berpenampilan menarik, ramah dan pintar menggunakan kata-kata yang menarik untuk menjaring konsumen ([repository.unand.ac.id](http://repository.unand.ac.id)).

*Sales Promotion Girl* (SPG) pada dasarnya merupakan fungsi utama dalam mempromosikan dan memperkenalkan suatu produk, secara tidak langsung bisa dikatakan sebagai pucuk dari penjualan produk tersebut, karena berhadapan langsung dengan konsumen. Ada beberapa profesi dari *sales promotion girl* yaitu: Sales promotion girl rokok, Sales promotion girl mobil, Sales promotion girl event atau acara, Sales promotion girl kosmetik atau parfume, dan lain-lain.

Profesi menjadi SPG merupakan salah satu profesi yang sangat menjanjikan bagi perempuan muda, Pekerjaan sebagai SPG memang memiliki daya tarik tersendiri bagi banyak perempuan muda, antara lain karena tidak menuntut tingkat pendidikan yang tinggi tetapi imbalan finansial yang diterima relatif cukup besar. Namun profesi SPG ini juga rentan terhadap berbagai isu-isu

negatif. Pakaian *sexy* dan minim, riasan yang mencolok, dan sikap yang centil dari sebagian SPG ketika berusaha menarik perhatian konsumen telah melahirkan persepsi negatif di masyarakat terhadap profesi ini. SPG dinilai hanya mengandalkan kemolekan tubuh dan riasan wajah saja tanpa didasari oleh pendidikan yang tinggi atau keahlian. Isu lain yang juga makin memperburuk citra profesi ini adalah bahwa SPG menggunakan profesi ini untuk melakukan prostitusi terselubung. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa profesi ini secara umum masih dipandang rendah oleh masyarakat, dan dianggap sebagai profesi yang "kurang baik" (<http://e-journal.uajy.ac.id>).

Namun menjadi seorang SPG atau *sales promotion girl* juga tidak harus cantik atau berpenampilan menantang, tapi dituntut secara professional untuk bisa memiliki penampilan yang menarik siapapun orangnya yang mendapatkan kesempatan tersebut. Disinilah banyak masyarakat yang salah paham terhadap persepsi tersebut, karena jika SPG yang membawakan produk sudah menarik, maka orang atau calon konsumen akan tertarik atau bisa mendapatkan impresi yang bagus pada pandangan pertama, karena SPG berpenampilan menarik, semampai dan catik biasanya memang lebih cepat meraih impresi dari calon customer pada produk yang dibawakannya. Maka dari itu bila seorang SPG memiliki itu semua dan ditambah dengan wawasan yang luas mengenai *knowledge product* maka tidak hanya akan meningkatkan popularitas produk selama promo saja, tetapi juga secara langsung bisa berpengaruh pada peningkatan penjualan produk, karena ini termasuk *sale service before purchase* ([www.mcscv.com](http://www.mcscv.com)).

Diluar fungsi SPG untuk meningkatkan popularitas produk yang mereka tawarkan, seringkali SPG rokok mengalami tindakan yang tidak sewajarnya. Salah satu contoh kasus yang dialami *sales promotion girl* rokok adalah kasus pelecehan yang dialami SPG rokok oleh lelaki hidung belang (sumber: [www.solopos.com](http://www.solopos.com)) kasus itu bermula dari seorang *customer* yang menantang siap menutup target penjualan mereka hingga dua kali lipat dengan syarat SPG rokok tersebut mau diajak berkencan di hotel. Selain kasus pelecehan yang dialami SPG rokok, ada juga kasus pengusiran oleh petugas Satpol PP terhadap SPG rokok ketika menawarkan produk mereka. Hal ini berawal dari salah satu petugas Satpol PP beranggapan bahwa SPG rokok tersebut menggunakan pakaian minim (sumber: <http://mediamadura.com/>)

Kasus-kasus diatas membuktikan bahwa stigma ataupun perlakuan masyarakat terhadap *sales promotion girl* sangatlah buruk, kaum laki-laki sudah menganggap bahwa profesi sebagai *sales promotion girl* merupakan profesi yang negatif. Padahal, peran awal dari *sales promotion girl* ialah untuk membantu perusahaan dalam memperkenalkan suatu produk dan menarik perhatian konsumen terhadap produk tersebut. Profesi ini tidak hanya untuk mempromosikan produk semata, namun para SPG juga melihat bahwa profesi mereka sebagai ujung tombak masa depan perusahaan. Kuatnya persepsi negatif masyarakat terhadap pekerjaan seorang SPG membuat tindakan buruk pasti akan terjadi kapan saja. Walaupun pada dasarnya mereka mengetahui resiko yang akan dihadapi bila menjadi SPG rokok, tetapi tingkat kebutuhan hidup yang tinggi menuntut mereka untuk mengesampingkan resiko tersebut.

Dalam kehidupan sehari-hari kita melihat bagaimana kita menanggapi perilaku orang lain menerangkan sifat-sifatnya, mengambil kesimpulan tentang penyebab perilakunya dan menentukan apakah petunjuk-petunjuknya yang tampak itu orisinal atau hanya pulasan saja. Dengan mengamati diri kita, sampailah kita pada gambaran dan penilaian diri kita, inilah yang disebut konsep diri. William D. Brooks mendefinisikan konsep diri sebagai *"those physical, social and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experience and our interaction with others"* (1974:40). Jadi, konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Persepsi tentang diri ini boleh bersifat psikologis, sosial dan fisis. (Rakhmat, 1986:124-125)

Beberapa ahli merumuskan definisi konsep diri, menurut Burns (dalam Mulyana, 2000: 7) konsep diri adalah suatu gambaran campuran dari apa yang kita pikirkan orang-orang lain berpendapat, mengenai diri kita dan seperti apa diri kita yang kita inginkan. Konsep diri adalah pandangan individu mengenai siapa diri individu dan itu bisa diperoleh lewat informasi yang diberikan lewat informasi yang diberikan orang lain pada diri individu. Pendapat tersebut dapat diartikan bahwa konsep diri yang dimiliki individu dapat diketahui lewat informasi, pendapat, penilaian atau evaluasi dari orang lain mengenai dirinya.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian pada penjualan rokok Lucky Strike. Alasan penulis melakukan penelitian pada rokok ini, yaitu rokok ini memiliki tingkat saing yang lebih rendah jika dibandingkan dengan Sampoerna, Gudang Garam, Dunhill dan Djisamsoe. HM Sampoerna masih merajai industri rokok nasional 2015 dengan pangsa pasar penjualan mencapai 35 persen. Diposisi



kedua, Gudang Garam dengan porsi 21,5 persen dan Djarum, ditempat ketiga dengan pangsa pasar 19,3 persen. Ketiga produsen rokok ini menguasai lebih dari 75 persen penjualan rokok domestik. Berikut dapat dilihat secara rinci tingkat pangsa pasar penjualan rokok nasional tahun 2019, yaitu :

**Tabel 1. Tingkat Pangsa Pasar Penjualan Rokok Nasional Tahun 2019**

No.	Merk Rokok	Tingkat Penjualan
1.	HM Sampoerna	35%
2.	Gudang Garam	21,5%
3.	Djarum	19,3%
4.	Bentoel	7%
5.	BAT	6,4%
6.	Lainnya	5,8%
7.	Nojorono	4,3%
8.	Wismilak	0,7%

**Sumber : Databoks, 2020**

Rokok Lucky Strike ini diproduksi oleh PT. Colony yang berdiri semenjak tahun 2010. Rokok ini belum memperoleh penghargaan karena dari hasil penjualan yang belum memncapai target dari keseluruhan penjualan serta merknya belum banyak dikenal masyarakat luas. Untuk di Kota Pekanbaru kantor dan gudang rokok ini terletak di Perumahan Damai Langgeng Blok B1-4 Kecamatan Sidomulyo. Adapun jenis produk rokok yang dipasarkan antara lain Lucky Strike Mild, Lucky Strike Bold, Lucky Strike Original Merah dan Biru serta Lucky Strike Switch.

Seorang *sales promotion girl* harus bisa memikat calon konsumen, mempunyai cara menyampaikan komunikasi yang baik. Komunikasi non verbal digunakan untuk lebih menegaskan dari komunikasi verbal *sales promotion girl* dalam memasarkan suatu prduknya. Hal tersebut harus dilakukan dalam melakukan interaksi dengan konsumen serta ditunjang pengetahuan dari produk

yang di tawarkan, agar dapat meyakinkan calon konsumen karena penjualan merupakan kemampuan berkomunikasi dan membina hubungan baik dalam waktu singkat.

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang terjadi maka dapat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai : **Konsep Diri Sales Promotion Girls (SPG) Rokok Dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Pada Spg Rokok Lucky Strike Di Pekanbaru).**

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan diatas penulis berusaha memberikan identifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Masih adanya ketidaknyamanan SPG dalam bekerja terutama dalam menggunakan pakaian kerja yang sangat minim dan tidak baik dinilai oleh masyarakat ramai, akan tetapi karena tuntutan pekerjaan membuat SPG harus tetap bekerja.
2. Kemampuan SPG dinilai kurang optimal dan bervariasi dalam memberikan informasi terkait produk sehingga tidak dapat menjual rokok dengan banyak dan sesuai target yang ditetapkan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana konsep diri sales promotion girls (SPG) rokok dalam menarik minat beli konsumen (Studi Pada Spg Rokok Lucky Strike Di Pekanbaru).

## **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep diri sales promotion girls (SPG) rokok dalam menarik minat beli konsumen (Studi Pada Spg Rokok Lucky Strike Di Pekanbaru).

### **2. Kegunaan Penelitian**

#### **a. Secara Teoritis**

1. Dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan pemahaman terhadap permasalahan yang diteliti.
2. Diharapkan dapat memberikan sumbangan berarti bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya di Konsentrasi humas dalam hal ini mengenai konsep diri sales promotion girls (SPG) rokok dalam menarik minat beli konsumen (Studi Pada Spg Rokok Lucky Strike Di Pekanbaru).

#### **b. Secara Praktis**

1. Dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti.
2. Dapat memberi masukan bagi para pihak yang berkepentingan dan referensi bagi penelitian berikutnya.
3. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran kepada perusahaan dalam menerapkan konsep diri sales promotion girls (SPG) rokok dalam menarik minat beli konsumen (Study pada SPG Rokok Lucky Strike di Pekanbaru).

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial, dan tindakannya yang pertama dan yang paling penting adalah tindakan sosial. Suatu tindakan untuk saling mempertukarkan pengalaman, saling mengutarakan perasaan atau saling mengekspresikan serta menyetujui sesuatu pendirian atau keyakinan. Oleh karena itu, di dalam tindakan sosial haruslah terdapat elemen-elemen yang umum, yang sama-sama diBaiki dan dipahami oleh sejumlah orang yang merupakan kumpulan masyarakat. Untuk menghubungkan sesama anggota masyarakat maka diperlukan komunikasi (Tinambunan, 2010:21).

Komunikasi merupakan aktifitas manusia yang sangat penting, bukan hanya dalam kehidupan organisasi, namun dalam kehidupan manusia secara umum. Tiada hari tanpa komunikasi, sepanjang detak jantung masih ada. Bahkan orang yang melakukan meditasipun pada hakekatnya sedang melakukan komunikasi. termasuk orang yang sedang bertapa di suatu tempat yang dianggap keramat.

Komunikasi menurut Harahap (2016:2) adalah suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui proses tertentu sehingga tercapai apa yang dimaksudkan atau diinginkan oleh kedua belah pihak. Di dalam komunikasi terkandung maksud atau tujuan yang jelas antara si penyampai atau pengirim pesan (komunikator) dengan si penerima pesan (komunikan). Maksud



dan tujuan yang jelas antara kedua belah pihak akan mengurangi gangguan atau ketidakjelasan, sehingga komunikasi yang terjadi akan berjalan secara efektif.

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai penyampaian informasi antara dua orang atau lebih. Komunikasi merupakan suatu proses yang vital dalam organisasi karena komunikasi diperlukan bagi efektifitas kepemimpinan, perencanaan, pengendalian, koordinasi, latihan, manajemen konflik, serta proses-proses organisasi lainnya. Komunikasi interpersonal biasanya didefinisikan sebagai komunikasi utama dan menggambarkan peserta yang saling bergantung satu sama lain dan memiliki sejarah bersama. Hal ini dapat melibatkan suatu percakapan atau individu berinteraksi dengan banyak orang dalam masyarakat. Ini membantu kita memahami bagaimana dan mengapa orang berperilaku dan berkomunikasi dengan cara yang berbeda untuk membangun dan menegosiasikan realitas sosial. Sementara komunikasi interpersonal dapat didefinisikan sebagai area studi sendiri, itu juga terjadi dalam konteks lain seperti kelompok dan organisasi (Sarwono, 2009:12).

Ilmu komunikasi menurut kamus komunikasi adalah proses penyampaian pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap pandangan atau perilaku. (Berasal dari bahasa Latin "*communication*" yang berarti pergaulan, persatuan, peran serta kerjasama bersumber dari istilah "*communis*" yang berarti sama makna. (Effendy, 2008:9)

Komunikasi itu sendiri merupakan pembagian dan pertukaran ide, informasi, pengetahuan, sikap atau perasaan di antara dua orang atau lebih yang mempunyai dan menggunakan tanda atau simbol-simbol yang ada (Liliweri, 2011:37).

Jadi antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi harus terdapat kesamaan pengertian, jika tidak terjadi kesamaan makna, maka komunikasi tidak berlangsung dengan baik. Proses pengembangan atau pembentukan teori umumnya mengikuti model pendekatan eksperimental yang lazim dipergunakan dalam ilmu pengetahuan alam.

Proses pengembangan atau pembentukan teori umumnya mengikuti model pendekatan eksperimental yang lazim dipergunakan dalam ilmu pengetahuan alam. Komunikasi dapat ditinjau dari beberapa karakteristik Baik dengan bidang dan permasalahannya. Menurut Effendy (2003:6) komunikasi dapat ditinjau dari komponen, bentuk, sifat, teknik, tujuan, fungsi dan modelnya :

#### 1. Komponen Komunikasi

- a) Komunikator (*Communicator*)
- b) Pesan (*Message*)
- c) Media
- d) Komunikan (*Communican*)
- e) Efek (*Effect*)

#### 2. Bentuk Komunikasi

- a) Komunikasi Personal (*Interpersonal Communication*)
- b) Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

- c) Komunikasi Massa (*Mass Communication*)
- d) Komunikasi Media (*Medio Communication*)

3. Sifat Komunikasi

- a) Tatap muka (*face to face*)
- b) Bermedia (*mediated*)
- c) Verbal
- d) Nonverbal

4. Teknik Komunikasi

- a) Komunikasi Informatif (*Informative Communication*)
- b) Komunikasi Persuasif (*Persuasive Communication*)
- c) Komunikasi Instruktif/Koersif (*Instructive/coershe Communication*)
- d) Hubungan Manusiawi (*Human Relations*)

5. Tujuan Komunikasi

- a) Perubahan sikap (*Attitude Change*)
- b) Pembahan pendapat (*Opinion Change*)
- c) Perubahan prilaku (*Behavior Change*)
- d) Perubahan sosial (*Social Change*)

6. Fungsi komunikasi

- a) Menyampaikan informasi (*to inform*)
- b) Mendidik (*to educate*)
- c) Menghibur (*to entertain*)
- d) Mempengaruhi (*to influence*)

## 7. Model Komunikasi

- a) Komunikasi satu tahap (*One step flow communication*)
- b) Komunikasi dua tahap (*Two step flow communication*)
- c) Komunikasi multi tahap (*Multi step flow communication*)

Berdasarkan karakteristik komunikasi tersebut diatas maka komunikasi dapat dikelompokkan atas beberapa bagian baik dengan permasalahannya.

## 2. Hambatan Komunikasi

Menurut Effendi (2008:11) bahwa ada beberapa faktor penghambat komunikasi diantaranya:

### 1. Hambatan sosial-antri-psikologi

Proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional (*situational context*). Ini berarti komunikator harus memperhatikan situasi ketika komunikasi dilangsungkan, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi.

#### a. Hambatan sosiologis

Seorang sosiolog Jerman bernama Ferdinand Tonnies mengklasifikasikan kehidupan manusia dalam masyarakat menjadi dua jenis pergaulan yang dinamakan *gemeinschaft* dan *gesellschaft*. *Gemeinschaft* adalah pergaulan hidup bersifat pribadi, statis, dan tak rasional, seperti dalam kehidupan rumah tangga. Sedangkan *gesellschaft* adalah pergaulan hidup yang bersifat tak pribadi, dinamis, dan rasional seperti pergaulan di kantor dan dalam organisasi.



Contoh berkomunikasi dalam *gemeinschaft* adalah seorang istri dan anak tidak akan menjumpai banyak hambatan karena sifatnya personal atau pribadi sehingga dapat dilakukan dengan santai, sedangkan *gesellschaft* seorang yang bagaimanapun tingginya kedudukan yang ia jabat, ia akan menjadi bawahan orang lain. Seorang kepala desa mempunyai kekuasaan didaerahnya, tetapi ia harus tunduk kepada camat, dan begitu lah seterusnya.

b. Hambatan antropologis

Dalam melancarkan komunikasinya seorang komunikator tidak akan berhasil apabila ia tidak mengenal siapa komunikan yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksud “siapa” disini bukan orang nya melainkan rasa apa, bangsa apa, atau suku apa.

Komunikasi akan berjalan lancar jika suatu pesan yang disampaikan komunikator diterima oleh komunikan secara tuntas. Seorang pemirsa mungkin menerima acara yang disiarkan dengan baik karena gambar yang ditampilkan pada pesawat amat terang dan suara yang keluar amat jelas, tetapi mungkin ia tidak dapat menerima ketika seseorang pembicara pada acara itu mengatakan bahwa daging lezat sekali. Si pemirsa tadi hanya menerimanya dalam pengertian *accepted* (secara rohani) jadi teknologi komunikasi tanpa dukungan kebudayaan tidak akan berfungsi.

c. Hambatan psikologi

Faktor psikologi sering kali menjadi hambatan dalam komunikasi. Hal ini umumnya disebabkan si komunikator sebelum melancarkan

komunikasinya tidak mengkaji diri komunikan. Komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, dan lain-lainnya.

Prasangka merupakan salah satu hambatan berat bagi kegiatan komunikasi, karena orang yang berprasangka belum apa-apa sudah bersikap menentang komunikator. Pada orang bersikap prasangka emosinya menyebabkan dia menarik kesimpulan tanpa menggunakan pikiran secara rasional.

## 2. Hambatan sematis

Faktor sematis menyangkut bahasa yang dipergunakan komunikator sebagai “alat” untuk meyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikan. Demi kelancaran komunikasinya seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan sematis ini, sebab salah ucap atau salah tulis dapat menimbulkan salah pengertian yang akhirnya menyebabkan salah komunikasi.

## 3. Hambatan mekanis

Hambatan mekanis dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi. Banyak contoh yang kita alami dalam kehidupan sehari-hari, suara yang hilang-muncul pada radio, suara telephon yang krotokan, ketikan huruf yang buram pada surat.

## 4. Hambatan ekologis

Hambatan ini terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan.

Contoh nya hambatan ekologis adalah suara riuh orang-orang atau kebisingan lalu lintas pada saat komunikator berpidato

Menurut Suranto (2010:17) bahwa faktor penghambat efektivitas komunikasi juga ada beberapa diantaranya:

a. komunikator rendah

Komunikator yang tidak berwibawa dihadapan komunikan, menyebabkan berkurangnya perhatian komunikan terhadap komunikator.

b. Kurang memahami latar belakang sosial dan budaya

Nilai-nilai sosial budaya yang berlaku disuatu komunitas atau di masyarakat harus diperhatikan, sehingga komunikator dapat menyampaikan pesan dengan baik, tidak bertentangan dengan nilai-nilai sosial budaya yang berlaku.

c. Kurang memahami karakteristik komunikan

Karakteristik komunikan meliputi tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, dan sebagainya perlu dipahami oleh komunikator. Apabila komunikator kurang memahami, cara komunikasi yang dipilih mungkin tidak sesuai dengan karakteristik komunikan.

d. Prasangka buruk

Prasangka negatif antara pihak-pihak yang terlibat komunikasi harus dihadiri, karena dapat mendorong kearah sikap apatis dan penolakan.

e. Komunikasi satu arah

Komunikasi berjalan satu arah, dari komunikator kepada komunikan terus-menerus dari awal sampai akhir, menyebabkan hilangnya kesempatan

komunikasikan untuk menerima penjelasan terhadap hal-hal yang belum dimengerti.

### 3. Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan individu tentang dirinya baik yang sifatnya psikologis, sosial maupun fisik (Rakhmat, 2003). Konsep diri sendiri merupakan gambaran yang dimiliki individu tentang dirinya yang dibentuk melalui pengalaman-pengalaman yang diperoleh dari interaksi lingkungan. Konsep diri bukan merupakan faktor bawaan, melainkan berkembang dari pengalaman yang terus-menerus dan terdiferensiasi. Dasar dari konsep diri individu di tanamkan pada saat-saat dini kehidupan anak dan menjadi dasar yang memengaruhi tingkah lakunya dikemudian hari (Agustiani, 2006).

Definisi lain menyebutkan bahwa konsep diri merupakan semua perasaan dan pemikiran individu mengenai dirinya sendiri. Hal ini meliputi kemampuan, karakter diri, sikap, tujuan hidup, kebutuhan dan penampilan diri (Keliat, 1992). Konsep diri merupakan aspek penting dalam diri individu, karena konsep diri individu merupakan kerangka acuan (*frame of reference*) dalam berinteraksi dengan lingkungan (Fitts, 1971 dalam Agustiani, 2006).

Konsep diri merupakan inti dari pola perkembangan kepribadian individu yang akan memengaruhi berbagai bentuk sifat. Konsep diri juga dikatakan berperan dalam perilaku individu, karena seluruh sikap dan pandangan individu terhadap dirinya akan memengaruhi individu tersebut dalam menafsirkan setiap aspek pengalaman-pengalamannya. Suatu kejadian akan ditafsirkan secara berbeda-beda antara individu yang satu dengan individu yang lain, karena masing-



masing individu mempunyai pandangan dan sikap berbeda terhadap diri mereka (Hurlock, 1997).

Atwater (dalam Desmita, 2006: 180) menjelaskan bahwa “konsep diri berupa keseluruhan gambaran diri yang meliputi persepsi seseorang tentang dirinya, keyakinan, perasaan, dan nilai-nilai yang ada hubungannya dengan dirinya”.Selanjutnya menurut Anant Pai (dalam Djali, 2008: 129) konsep diri merupakan “pandangan seseorang tentang dirinya sendiri yang menyangkut apa yang ia ketahui dan rasakan tentang perilakunya, isi pikiran dan perasaannya serta bagaimana perilakunya berpengaruh terhadap orang lain”. Sedangkan Hurlock (1978: 58) mengatakan bahwa “konsep diri adalah gambaran seseorang tentang diri mereka sendiri yang menyangkut karakteristik fisik, psikologis, sosial dan emosional, aspirasi, dan prestasi”.

Selanjutnya, Shavelson dan Bolus (dalam Muijs dan Reynolds, 2008: 218) mendefinisikan konsep diri sebagai “persepsi seseorang tentang dirinya sendiri, yang terbentuk melalui pengalaman, interaksi dengan orang-orang lain yang memiliki arti penting dan atribusi yang melekat pada dirinya”. Sependapat dengan Shavelson dan Bolus, Leonard dan Supardi (2010: 343) juga berpendapat bahwa “konsep diri terbentuk melalui pengalaman individu dalam berhubungan dengan orang lain bukan faktor yang dibawa sejak lahir”. Ketika berhubungan dengan orang lain, individu akan memperoleh tanggapan. Tanggapan tersebut akan digunakan individu sebagai acuan untuk menilai dan memahami dirinya.

“Konsep diri merupakan aspek penting dalam diri seseorang, karena konsep diri merupakan kerangka acuan (*frame of reference*) dalam berinteraksi

dengan lingkungan” (William Fitts dalam Hendriyanti Agustiani, 2006: 138). Ketika seseorang memberikan penilaian tentang dirinya, berarti ia telah memiliki kesadaran dan kemampuan untuk melihat dirinya terhadap dunia di luar dirinya. Selanjutnya, Jalaluddin Rakhmat (2012: 102) berpendapat bahwa “konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi intrapersonal, karena tingkah laku seseorang didasarkan dengan konsep dirinya”. Bila seseorang mempunyai konsep diri yang negatif misalnya rendah diri, maka ia akan sulit berbicara menyampaikan pendapatnya kepada orang lain.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa konsep diri adalah gambaran atau pemahaman individu tentang dirinya yang berkaitan dengan apa yang individu ketahui dan rasakan tentang perilakunya, isi pikiran dan perasaannya serta bagaimana perilakunya berpengaruh terhadap orang lain. Konsep diri penting bagi individu sebagai acuan untuk berinteraksi dengan lingkungannya. Dengan adanya pemahaman diri yang positif, individu akan mampu menyesuaikan dirinya dengan baik pula.

Pengalaman dan interpretasi dari lingkungan memegang faktor penting dalam pembentukan konsep diri seseorang. Lingkungan pertama yang seseorang temui dalam hidupnya adalah keluarga. Keluarga merupakan lingkungan pertama yang menanggapi perilaku yang dilakukan oleh individu. Maka dapat dikatakan pula bahwa keluarga merupakan ajang pertama dalam pembentukan konsep diri anak (Walgito, 2000). Pudjijoyanti (1995) juga menyatakan bahwa konsep diri terbentuk dari dua komponen, yaitu:

a. Komponen kognitif

Merupakan pengetahuan individu tentang keadaan dirinya (misalnya: saya rajin atau saya malas). Komponen Kognitif akan memberikan gambaran tentang diri individu dan gambaran tersebut akan membentuk ciri diri

b. Komponen afeksi

Merupakan penilaian individu terhadap diri sendiri. Penilaian ini akan membentuk penerimaan terhadap diri dan harga diri seseorang.

Dalam perkembangan konsep diri terbagi atas dua yaitu, konsep diri positif dan konsep diri negatif (Calhoun dan Acocella, 1990).

1. Konsep Diri Positif

Konsep diri bersifat stabil dan bervariasi. Individu yang memiliki konsep diri yang positif adalah individu yang tahu betul tentang dirinya, sehingga evaluasi terhadap dirinya sendiri menjadi positif dan dapat menerima keberadaan orang lain. Konsep diri positif lebih pada penerimaan diri, bukan suatu kebanggaan yang besar bagi diri. Individu yang memiliki konsep diri yang positif akan merancang tujuan yang sesuai dengan realita, yaitu tujuan yang memiliki kemungkinan besar untuk dapat dicapai serta mampu menghadapi kehidupan didepannya dan menganggap hidup adalah suatu proses penemuan.

Ada empat tanda orang yang mempunyai konsep diri positif (Brooks dan Emmert dalam Rakhmat, 2007), yaitu:

- a. Ia menerima pujian tanpa rasa malu. Ia menyadari bahwa setiap orang mempunyai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disepakati masyarakat.

- b. Mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenangi dan berusaha mengubahnya.
- c. Merasa setara dengan orang lain.
- d. Yakin akan kemampuan yang dimiliki untuk mengatasi masalah.

## 2. Konsep Diri Negatif

Terdiri dari dua tipe yaitu, dimana pandangan individu tentang dirinya benar-benar tidak teratur, tidak memiliki perasaan kestabilan dan keutuhan diri. Individu tersebut tidak tahu tentang dirinya, mempunyai kekuatan dan kelemahan atau apa yang dihargai dalam kehidupannya.

Pandangan diri yang stabil dan teratur terjadi karena individu dididik dengan cara yang keras, sehingga menciptakan citra diri yang penyimpangan dari seperangkat hukum yang dalam pikirannya merupakan cara yang tepat. Ada lima tanda orang yang memiliki konsep diri negatif (Brooks dan Emmert dalam Rakhmat, 2007), yaitu:

- a. Merasa tidak disenangi orang lain, merasa tidak diperhatikan. Hal ini tidak dapat melahirkan kehangatan dan keakraban persahabatan karena individu ini ketika bereaksi dengan orang lain menganggap sebagai musuh.
- b. Pesimis terhadap kompetisi, enggan untuk bersaing dengan orang lain dalam prestasi.
- c. Peka terhadap kritik, tidak dapat menerima kritik dan mudah marah. Seringkali menganggap bahwa koreksi seringkali dipersepsi sebagai usaha untuk menjatuhkan harga dirinya.



Orang yang memiliki konsep diri negatif cenderung menghindari dialog yang terbuka, dan bersikeras mempertahankan pendapatnya dengan berbagai pendapat yang keliru.

- 1) Hiperkritis terhadap orang lain, cenderung mengeluh, mencela atau meremehkan apapun dan siapapun. Tidak sanggup mengungkap atau memberikan pengakuan pada kelebihan orang lain.
- 2) Responsif sekali terhadap pujian. Walaupun ia mungkin berpura-pura menghindari pujian. Orang-orang seperti ini segala macam yang menunjang harga dirinya menjadi pusat perhatiannya.

Berdasarkan pendapat tokoh di atas disimpulkan bahwa jenis konsep diri dapat berbentuk positif atau negatif. Individu yang mempunyai konsep diri positif akan menerima diri apa adanya dan memiliki tujuan sesuai dengan realita. Berbeda dengan individu yang mempunyai konsep diri negatif, dirinya sama sekali tidak mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki. Individu dengan pandangan yang kaku terhadap dirinya juga memiliki konsep diri yang negatif.

Sullivan (dalam Rakhmat, 2002) juga menjelaskan bahwa seseorang dapat diterima orang lain, dihormati, dan disenangi karena keadaan dalam dirinya. Sebaliknya bila orang lain meremehkan, menyalahkan, dan menolak, maka seseorang tidak akan menyenangi dirinya sendiri. Begitu pula dalam bekerja Danadjaja (dalam Simamora, 1997) berpendapat bahwa hubungan sosial yang ada di antara karyawan merupakan faktor yang cukup penting untuk dapat menimbulkan kegairahan kerja. Karena itu di dalam fungsi integrasi ini *top manager* berusaha agar karyawan tidak hanya mampu bekerja sama tetapi juga

harus melakukan kerja sama. Melalui kerja sama, karyawan beranggapan bahwa pekerjaan akan dapat cepat selesai dan akan mendapatkan kepuasan.

## B. Defenisi Operasional

1. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain melalui proses tertentu sehingga tercapai apa yang dimaksudkan atau diinginkan oleh kedua belah pihak.
2. Konsep diri merupakan pandangan seseorang tentang dirinya sendiri yang menyangkut apa yang ia ketahui dan rasakan tentang perilakunya, isi pikiran dan perasaannya serta bagaimana perilakunya berpengaruh terhadap orang lain.

## C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti (tahun)	Judul	Hasil Penelitian
1.	Habibi Wisu Darma (2020)	Konsep Diri Sales Promotion Girl Rokok (Studi Deskriptif Kualitatif Sales Promotion Girl Rokok di Kota Medan)	Hasil penelitian ini menunjukkan alasan para sales promotion girl (SPG) rokok di Kota Medan memilih bekerja menjadi SPG rokok karena pendapatan yang mereka dapat cukup tinggi dan untuk menjadi SPG rokok tidak harus memiliki jenjang pendidikan yang tinggi. Para SPG rokok juga tidak memperdulikan apa kata masyarakat terhadap dirinya, karena mereka bekerja hanya untuk mencari penghasilan demi memenuhi kebutuhan hidupnya.
2.	Dieta Maharani (2017)	Hubungan Antara Konsep Diri dan Dukungan Sosial dengan	Hasil penelitian ubungan yang sangat signifikan antara konsep diri dan dukungan

		Kinerja pada Sales Promotion Girl (SPG) Foodmart PT. Matahari Putra Prima Tbk Mandiri.	sosial dengan kinerja.
3.	Dewi Pauline Mustika (2018)	Motivasi Kerja SPG (Sales Promotion Girl) Dalam Menawarkan Produk Ditinjau Dari Konsep Diri	Hasil penelitian yaitu motivasi kerja <i>Sales Promotion Girl</i> (SPG) tidak optimal, disebabkan masih belum mendapatkan dukungan dari rekan kerja, ataupun keluarga. Rekan kerja yang umumnya wanita sering mengalami konflik pribadi dan keluarga beranggapan miring mengenai profesi <i>Sales Promotion Girl</i> (SPG).
4.	Joan Hesti Gita Purwasih (2014)	Fenomena <i>Sales Promotion Girl</i> (SPG) <i>freelance</i> pada Mahasiswadi kota surakarta	Hasil penelitian Fenomena SPG <i>freelance</i> di Kota Surakarta membuktikan bahwa opresi terhadap perempuan melalui citra diri dan tuntutan pekerjaan yang disebabkan kaum kapitalis dan budaya patriarki masih dianggap sebagai hal yang wajar dalam masyarakat.
5.	Ilham Munajat (2019)	Komunikasi Persuasi Sales Promotion Girl (SPG) Dalam Melayani Konsumen Supplement Penambah Gairah Pria Nature's Plus : Ultra Virile Actin di Guardian Farmasi Grand Metropolitan Mall Bekasi	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi komunikasi persuasi Sales Promotion Girl (SPG) dalam melayani konsumen Supplement penambah gairah pria Nature's Plus : Ultra Virile Actin di Guardian Farmasi Grand Metropolitan Mall Bekasi yang dilakukan melalui beberapa teknik, meliputi: teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik taatan, dan teknik red herring. Bahwa komunikasi persuasi yang dilakukan SPG mampu mengubah perilaku konsumen supplement penambah gairah pria dan

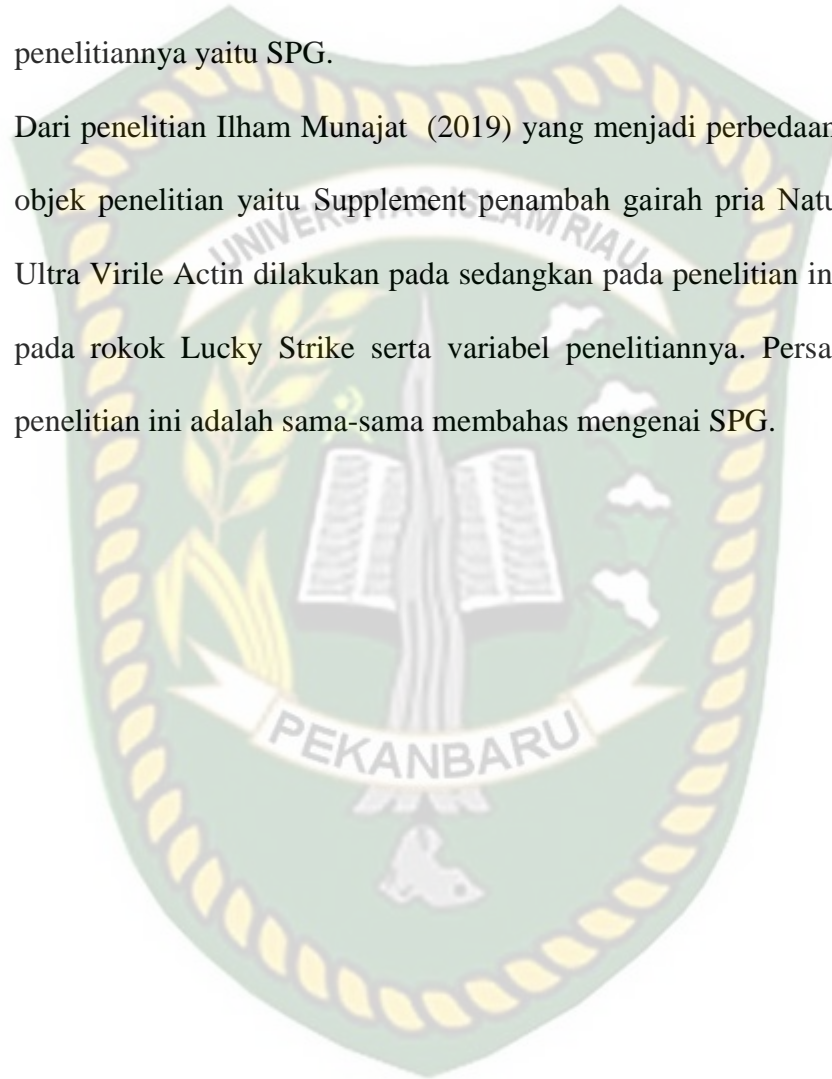
		<p>dapat memberikan respon yang terbuka mengenai supplement tersebut, dengan cara melakukan pendekatan kepada konsumen, mempengaruhi konsumen, memberikan informasi mengenai supplement penambah gairah pria yang dibutuhkan konsumen, dan memberikan standar pelayanan yang baik. Kata Kunci: Komunikasi Persuasi, SPG, Konsumen Supplement Penambah Gairah Pria, Teknik Komunikasi</p>
--	--	--

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu yaitu :

1. Dari penelitian Habibi Wisu Darma (2020) yang menjadi perbedaannya adalah lokasi penelitiannya. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai komunikasi persuasive an subyek penelitian yaitu SPG rokok.
2. Dari penelitian Dieta Maharani (2017) yang menjadi perbedaannya adalah lokasi penelitiannya. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai variabel konsep diri dan subyek penelitiannya yaitu SPG.
3. Dari penelitian Dewi Pauline Mustika (2018) yang menjadi perbedaannya adalah lokasi penelitiannya. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai variabel konsep diri dan subyek penelitiannya yaitu SPG.



4. Dari penelitian Joan Hesti Gita Purwasih (2014) yang menjadi perbedaannya adalah lokasi penelitiannya. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai variabel konsep diri dan subyek penelitiannya yaitu SPG.
5. Dari penelitian Ilham Munajat (2019) yang menjadi perbedaannya adalah objek penelitian yaitu Supplement penambah gairah pria Nature's Plus : Ultra Virile Actin dilakukan pada sedangkan pada penelitian ini dilakukan pada rokok Lucky Strike serta variabel penelitiannya. Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai SPG.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang di gunakan penulis kepada penelitian ini adalah metode kualitatif. pertimbangan penulisan memilih pendekatan kualitatif karena pendekatan kualitatif membahas secara mendalam untuk lebih mengetahui fenomena-fenomena tentang aspek kewajiban, perilaku, opini, sikap tanggapan, keinginan dan kemauan seseorang atau kelompok. penulis berusaha mengganti informasi dari lapangan tanpa berusaha mempengaruhi informan. Metode ini juga bersifat subjektif dan tidak memenuhi perhitungan statistik.

Moleong (2010:58) mendefinisikan penelitian sebagai penelitian yang bermaksud untuk fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya motivasi, presepsi, perilaku, tindakan, dan lain-lain, secara holistic dan dengan cara deskripsi dengan kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus dan alamiah dengan memanfaatkan metode yang alamiah.

#### B. Subjek dan Objek penelitian

##### 1. Subjek

Moleong (2010: 132) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut peneliti mendeskripsikan subjek penelitian yang merupakan

sasaran pengamatan atau informan pada suatu penelitian yang diadakan oleh peneliti.

Subjek yang menjadi penelitian saya adalah Sales promotion girls (SPG) rokok Rokok Lucky Strike di Pekanbaru secara keseluruhan berjumlah 25 orang akan tetapi dalam penelitian ini hanya mengambil subjek sebanyak 4 orang.

Adapun alasan saya memilih informan tersebut diatas karena bisa mewakili dari SPG rokok Rokok Lucky Strike di Pekanbaru karena keterbatasan penelitian dimasa pandemi virus seperti sekarang ini untuk memperoleh informasi terkait dengan penelitian yang dilakukan dan terkait langsung dalam konsep diri sales promotion girls (SPG) rokok dalam menarik minat beli konsumen sehingga dapat memperoleh informasi yang akurat.

## **2. Objek**

Menurut Chaer (2007: 17) Objek penelitian merupakan hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Titik perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang diteliti atau di pecahkan permasalahannya menggunakan teori-teori yang bersangkutan. Objek penelitian ini yaitu konsep diri sales promotion girls (SPG) rokok dalam menarik minat beli konsumen (Studi Pada SPG Rokok Lucky Strike Di Pekanbaru).

## **C. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang ada maka penelitian ini dilakukan di Pekanbaru.

Waktu penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3.2. Jadwal Kegiatan Penelitian**

NO	JENIS KEGIATAN	Bulan Dan Minggu Ke																KET
		Desember				Januari				Februari				Maret				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Persiapan dan Penvusunan UP	X	X	X	X													
2	Seminar UP					X	X											
3	Revisi UP							X	X									
4	Peneliti Lapangan									X	X							
5	Pengolahan Dan Analisis Data											X						
6	Konsultasi Bimbingan												X					
7	Ujian Skripsi													X				
8	Revisi Dan Pengesahan Skripsi														X	X		
9	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi																X	

#### D. Jenis Data

Adapun beberapa sumber data dalam penelitian terbagi menjadi :

##### 1. Data Primer

Yaitu data dan informasi yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh penulis yang bersumber dari subjek penelitian yaitu para karyawan yang di teliti berkaitan dengan yang diiteliti, berupa kegiatan mengenai konsep diri sales promotion girls (SPG) rokok dalam menarik minat beli konsumen (Studi Pada SPG Rokok Lucky Strike Di Pekanbaru).



## 2. Data Sekunder

Yaitu data yang digunakan untuk membantu menjelaskan data primer berupa arsip dan dokumen-dokumen yang relevan dengan permasalahan penelitian, data yang diberikan pihak masyarakat berupa hasil wawancara mengenai topik penelitian.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain :

#### 1. Observasi

Observasi yang digunakan yaitu observasi terus terang atau bersama dalam hal ini, penelitian melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas penelitian. tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak harus terang atau bersama dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang di cari merupakan data yang masih di rasahasiakan. kemungkinan kalau terus terang, maka penelitian tidak akan di ijinakan untuk melakukan observasi, (Sugiyono, 2012:228)

Observasi dilakukan secara langsung dengan mendatangi SPG rokok Rokok Lucky Strike di Pekanbaru.

#### 2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden dan jawaban jawaban responden dicatat dan direkam. Dalam penelitian ini penelitian

melakukan wawancara terbuka, maka para subjek atau diwawancarai tahu bahwa mereka sedang di wawancarai dan mengetahui pula pada maksud dan tujuan wawancara itu, (Meleong, 2010:189)

Wawancara dilakukan kepada SPG Rokok Lucky Strike di Pekanbaru.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumentasi bisa berbentuk dokumen *public* atau dokumen privat. (Kriyantono, 2006:11)

## F. Teknik Pengujian Keabsahan Data

Peneliti menggunakan *triangulation analysis* (analisis triangulasi) yaitu menganalisis jawaban subyek penelitian dengan meneliti autentisitasnya berdasarkan data empiris yang ada. Peneliti menjadi fasilitator untuk menguji keabsahan setiap jawaban berdasarkan dokumen atau data lain, serta alasan yang logis. (Kriyantono, 2006:38). Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Menurut Sugiyono (2012: 330) triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

Dan pada penelitian ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan informan sesuai dengan kondisi lapangan yang menjadi objek penelitian. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2010:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

## F. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis data yang akan dilakukan yaitu menggunakan model interaktif. Inti yang dapat diambil dari analisis interaktif menurut Miles dan Huberman (dalam Bungin, 2008 : 69)

### 1. Reduksi Data

Diartikan sebagai proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transportasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data

### 2. Penyajian Data

Adalah sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data, peneliti dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman tentang penyajian data

### 3. Menarik Kesimpulan/*verifikasi*

Kesimpulan yang diambil akan ditangani secara longgar dan tetap terbuka sebagai kesimpulan yang semula belum jelas kemudian akan meningkat menjadi lebih rinci, mengakar dan kokoh. Kesimpulan ini juga diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan maksud untuk menguji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokkannya yang merupakan validitasnya.

Model analisis *interaktif* ini sengaja dipilih dan bukannya model analisa *linier* yang dipilih disebabkan oleh sifat dari model analisis interaktif ini yang memungkinkan pengulangan dalam menggali data di lapangan apabila terjadi kekurangan dalam reduksi dan penyajian data. Adapun tujuannya adalah untuk lebih memperdalam proses analisis suatu data. Hal ini berbeda dengan model linier yang menggali datanya hanya bersifat sekali dan tidak bersifat siklus seperti halnya model analisis interaktif.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Sejarah Bentoel dimulai pada tahun 1930 ketika Ong Hok Liong memulai industri rumahan dengan nama *Strootjes Fabriek Ong Hok Liong*. Awalnya, Ong Hok Liong memproduksi rokoknya secara tradisional yang dibantu oleh tetangganya dengan melintingnya satu demi satu untuk kemudian diedarkan dengan sepeda *onthel* di Kota Malang. Pada awal berdirinya Ong Hok Liong memberikan merk pada produk rokoknya seperti, Burung, Kendang, dan Jeruk Manis. Namun produk rokok tersebut kurang laku dipasaran dikarenakan sepi peminat dan juga krisis yang terjadi pada tahun itu. Seiring berjalannya waktu Ong Hok Liong mengubah merk rokoknya menjadi Bentoel.

Setelah memakai merk Bentoel, berangsur-angsur bisnisnya semakin berkembang pesat dan kebutuhan pasar semakin meningkat pada setiap harinya. Pada tahun 1951, bisnis rokok ini berganti nama dari *Strootjes Fabriek Ong Hok Liong* menjadi *Hien An Kongsie* di mana Liem Hock Soen (Benson Salim) adik iparnya diangkat sebagai Direktur Utama dan Sie Twan Tjing (Samsi), menatunya, sebagai Wakil Direktur Utama dari *Hien An Kongsie* sedangkan Ong Hok Liong sendiri tetap sebagai pemilik dan “pengawal” pabrik.

Beberapa tahun kemudian, dibawah kendali Benson Salim dan Samsi bisnis rokok rumahan ini berkembang menjadi industri rokok pabrikan yang kemudian diberi nama PT Perusahaan Rokok Tjap Bentoel. Perkembangan

industri yang dicapai Bentoel membuatnya semakin melebarkan bisnis yang dijalankannya. Hal ini diperkuat dengan memberi inovasi baru dalam produk rokok buaatannya yakni dengan memproduksi Sigaret Kretek Mesin (SKM) berfilter yang pertama muncul di Indonesia pada tahun 1960-an. Dampaknya posisi Bentoel semakin kokoh di puncak sebagai produsen rokok dalam negeri ditahun 70-80an.

Beberapa pencapaiannya membuat Philip Morris Internasional (PMI) mulai melirik dan menawarkan berbagai bentuk kerjasama yang dimulai pada tahun 1984 hingga terjalin hubungan yang terjaga hingga lebih dari 20 tahun yang pada akhirnya berhenti. Pada tahun 2000an, Rajawali Group berinisiatif untuk mengambil alih saham Bentoel yang pada saat itu mengalami berbagai masalah keuangan. Dengan manajemen baru-nya, Bentoel berhasil menyelesaikan masalah hutang perusahaan dengan beralih ke PT. Bentoel Internasional Investama Tbk yang dikelola perseroan.

Pada tahun 2010, PT Bentoel Internasional Investama Tbk bergabung dengan British American Tobacco (BAT) yang merupakan kelompok perusahaan tembakau terbesar kedua di dunia berdasarkan pangsa pasar global dengan berbagai brand yang dijual di lebih dari 200 negara. Saat ini, Bentoel Grup adalah produsen rokok terbesar keempat di Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 7%. Bentoel Grup memproduksi dan memasarkan 4 jenis produk tembakau. Pertama, rokok kretek tangan yaitu rokok yang bahan bakunya perpaduan tembakau dan cengkeh dengan proses pembuatan masih tradisional dilinting menggunakan tangan. Brand lokal seperti Tali Jagat, Bintang Buana, dan Sejati masih

menggunakan cara ini. Kedua, rokok kretek mesin reguler yaitu rokok dengan bahan baku tembakau dan cengkeh yang proses pembuatannya menggunakan mesin, brand dari kategDevi ini meliputi Dunhill Filter yang juga salah satu produk utama dari Bentoel Grup. Ketiga, rokok kretek mesin mild yaitu rokok dengan bahan baku perpaduan tembakau dan cengkeh yang proses pembuatannya menggunakan mesin memiliki kandungan tar lebih rendah dari rokok kretek mesin reguler, brand yang termasuk kategDevi merupakan produk utama dari Bentoel Grup diantaranya Dunhill Mild, Club Mid, dan Lucky strike Mild. Keempat, rokok putih mesin yaitu rokok dengan bahan baku tembakau yang pemrosesannya menggunakan mesin, brand yang termasuk kategDevi ini meliputi Dunhill Regular, Dunhill Lights, Dunhill Methol, dan Lucky Strike yang merupakan produk global. Dalam menjalankan usahanya Bentoel Grup secara langsung memperkerjakan lebih dari 6.000 orang karyawan dari mulai membangun kemitraan dengan petani-petani tembakau, pembelian dan pemrosesan daun tembakau dan cengkeh hingga produksi, pemasaran, dan distribusi rokok.

Visi:

Menjadi perusahaan tembakau dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia

Misi :

Bentoel Grup mewujudkan visi melalui 4 pilar strategi yaitu Pertumbuhan, Produktivitas, Organisasi Unggul, dan Keberlanjutan.

## **B. Hasil penelitian**

Pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang didapatkan selama hasil proses di lapangan. Penelitian ini dilakukan lebih kurang selama 2

bulan dimulai dari bulan Desember 2020 sampai dengan Januari 2021 dengan alasan bahwa selama masa pandemic virus Corona ini sangat susah bertemu dengan SPG karena SPG tersebut jarang bekerja.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data dengan cara pertukaran verbal tatap muka yang dilakukan oleh seseorang pewawancara terhadap korespondennya atau informan. Peneliti berupaya untuk memperoleh informasi atau ungkapan-ungkapan pendapat serta keyakinan dari subjek peneliti (Birowo, 2004: 118).

Dengan adanya pandemik virus corona ini, maka mempersulit peneliti dalam melakukan penelitian yang mana peneliti melakukan janji terlebih dahulu dengan masing-masing informan atau SPG rokok, untuk melakukan wawancara secara langsung kerumah masing-masing SPG tersebut.

Sebelum menguraikan hasil penelitian maka akan diuraikan terlebih dahulu identitas informan dalam penelitian ini :

- |                  |                      |
|------------------|----------------------|
| a. Nama          | : Devi Manda Putri   |
| Umur             | : 25 tahun           |
| Lama bekerja SPG | : 1 tahun 8 bulan    |
| b. Nama          | : Ratih Purwaningsih |
| Umur             | : 24 tahun           |
| Lama bekerja SPG | : 2 tahun 4 bulan    |
| c. Nama          | : Raja Mutiara Sari  |
| Umur             | : 25 tahun           |



Lama bekerja SPG : 2 tahun 2 bulan  
d. Nama : Mia Amanda  
Umur : 26 tahun  
Lama bekerja SPG : 2 tahun

Adapun hasil wawancara peneliti diuraikan berdasarkan keterangan masing-masing SPG yang diperoleh saat melakukan wawancara, berikut ini :

Keberadaan komunikasi dalam kehidupan manusia sangatlah berpengaruh. Karena, manusia pada hakekatnya sebagai makhluk sosial tidak bisa hidup tanpa orang lain atau saling membutuhkan. Melalui komunikasi seseorang dapat menyampaikan suatu pesan, menjalin hubungan dan membentuk sebuah relasi. Komunikasi merupakan kebutuhan yang sangat fundamental bagi setiap orang dalam hidup bermasyarakat. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi. Namun, hal yang paling penting untuk bertahan hidup dalam kehidupan bermasyarakat yaitu, seseorang harus memiliki sebuah pekerjaan. tinginya kebutuhan hidup sehari-hari menuntut manusia baik laki-laki maupun perempuan untuk melakukan pekerjaan apapun demi memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Kebudayaan di masyarakat khususnya Indonesia dalam mempersepsikan pekerjaan yang sesuai dengan kalangan perempuan masih kuat. Terlebih perempuan masih dipersepsikan dengan pekerjaan yang menggunakan pakaian rapi dan berada di dalam ruangan. Sedangkan, pekerjaan yang lebih menggunakan tenaga dan menantang di anggap lebih pantas untuk laki-laki. Namun, semakin

berkembangnya zaman ini sudah tidak ada lagi perbedaan antara perempuan dengan laki-laki, tingginya tingkat kesetaraan antara perempuan dengan laki-laki membuat segala sesuatu menjadi sama, termasuk dalam hal pekerjaan. Banyak pekerjaan sekarang sudah melibatkan seorang perempuan salah satunya adalah *sales*.

*Sales* adalah pekerjaan yang bergerak dalam bidang penawaran barang dan jasa kepada pada konsumen. Pekerjaan ini menjanjikan jenjang karier yang cukup baik dan jumlah penghasilan yang tergolong tinggi (Siswanto Sutojo, 2000). Jasa *sales* merupakan salah satu cara promosi yang akhir-akhir ini banyak digunakan oleh produsen/perusahaan. Perusahaan merekrut perempuan dan laki-laki dengan syarat dan kriteria tertentu untuk bekerja memasarkan suatu jenis produk. Bagi laki-laki harus ulet dan pandai berbicara, sedangkan yang perempuan harus berpenampilan menarik, ramah dan pintar menggunakan kata-kata yang menarik untuk menjaring konsumen.

*Sales Promotion Girl* (SPG) pada dasarnya merupakan fungsi utama dalam mempromosikan dan memperkenalkan suatu produk, secara tidak langsung bisa dikatakan sebagai pucuk dari penjualan produk tersebut, karena berhadapan langsung dengan konsumen. Ada beberapa profesi dari *sales promotion girl* yaitu: Sales promotion girl rokok, Sales promotion girl mobil, Sales promotion girl event atau acara, Sales promotion girl kosmetik atau parfume, dan lain-lain.

Profesi menjadi SPG merupakan salah satu profesi yang sangat menjanjikan bagi perempuan muda, Pekerjaan sebagai SPG memang memiliki daya tarik tersendiri bagi banyak perempuan muda, antara lain karena tidak

menuntut tingkat pendidikan yang tinggi tetapi imbalan finansial yang diterima relatif cukup besar. Namun profesi SPG ini juga rentan terhadap berbagai isu-isu negatif. Pakaian *sexy* dan minim, riasan yang mencolok, dan sikap yang centil dari sebagian SPG ketika berusaha menarik perhatian konsumen telah melahirkan persepsi negatif di masyarakat terhadap profesi ini. SPG dinilai hanya mengandalkan kemolekan tubuh dan riasan wajah saja tanpa didasari oleh pendidikan yang tinggi atau keahlian. Isu lain yang juga makin memperburuk citra profesi ini adalah bahwa SPG menggunakan profesi ini untuk melakukan prostitusi terselubung. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa profesi ini secara umum masih dipandang rendah oleh masyarakat, dan dianggap sebagai profesi yang kurang baik.

Namun menjadi seorang SPG atau *sales promotion girl* juga tidak harus cantik atau berpenampilan menantang, tapi dituntut secara professional untuk bisa memiliki penampilan yang menarik siapapun orangnya yang mendapatkan kesempatan tersebut. Disinilah banyak masyarakat yang salah paham terhadap persepsi tersebut, karena jika SPG yang membawakan produk sudah menarik, maka orang atau calon konsumen akan tertarik atau bisa mendapatkan impresi yang bagus pada pandangan pertama, karena SPG berpenampilan menarik, semampai dan catik biasanya memang lebih cepat meraih impresi dari calon customer pada produk yang dibawakannya. Maka dari itu bila seorang SPG memiliki itu semua dan ditambah dengan wawasan yang luas mengenai *knowledge product* maka tidak hanya akan meningkatkan popularitas produk

selama promo saja, tetapi juga secara langsung bisa berpengaruh pada peningkatan penjualan produk, karena ini termasuk *sale service before purchase*.

Diluar fungsi SPG untuk meningkatkan popularitas produk yang mereka tawarkan, seringkali SPG rokok mengalami tindakan yang tidak sewajarnya. Salah satu contoh kasus yang dialami *sales promotion girl* rokok adalah kasus pelecehan yang dialami SPG rokok oleh lelaki hidung belang kasus itu bermula dari seorang *customer* yang menantang siap menutup target penjualan mereka hingga dua kali lipat dengan syarat SPG rokok tersebut mau diajak berkencan di hotel. Selain kasus pelecehan yang dialami SPG rokok, ada juga kasus pengusiran oleh petugas Satpol PP terhadap SPG rokok ketika menawarkan produk mereka. Hal ini berawal dari salah satu petugas Satpol PP beranggapan bahwa SPG rokok tersebut menggunakan pakaian minim.

Kasus-kasus diatas membuktikan bahwa stigma ataupun perlakuan masyarakat terhadap *sales promotion girl* sangatlah buruk, kaum laki-laki sudah menganggap bahwa profesi sebagai *sales promotion girl* merupakan profesi yang negatif. Padahal, peran awal dari *sales promotion girl* ialah untuk membantu perusahaan dalam memperkenalkan suatu produk dan menarik perhatian konsumen terhadap produk tersebut. Profesi ini tidak hanya untuk mempromosikan produk semata, namun para SPG juga melihat bahwa profesi mereka sebagai ujung tombak masa depan perusahaan. Kuatnya persepsi negatif masyarakat terhadap pekerjaan seorang SPG membuat tindakan buruk pasti akan terjadi kapan saja. Walaupun pada dasarnya mereka mengetahui resiko yang akan



dihadapi bila menjadi SPG rokok, tetapi tingkat kebutuhan hidup yang tinggi menuntut mereka untuk mengesampingkan resiko tersebut.

Dalam kehidupan sehari-hari kita melihat bagaimana kita menanggapi perilaku orang lain menerangkan sifat-sifatnya, mengambil kesimpulan tentang penyebab perilakunya dan menentukan apakah petunjuk-petunjuknya yang tampak itu orisinal atau hanya pulasan saja. Dengan mengamati diri kita, sampailah kita pada gambaran dan penilaian diri kita, inilah yang disebut konsep diri.

Konsep diri adalah gambaran atau pemahaman individu tentang dirinya yang berkaitan dengan apa yang individu ketahui dan rasakan tentang perilakunya, isi pikiran dan perasaannya serta bagaimana perilakunya berpengaruh terhadap orang lain. Konsep diri penting bagi individu sebagai acuan untuk berinteraksi dengan lingkungannya. Dengan adanya pemahaman diri yang positif, individu akan mampu menyesuaikan dirinya dengan baik pula.

Pengalaman dan interpretasi dari lingkungan memegang faktor penting dalam pembentukan konsep diri seseorang. Konsep diri terbentuk dari dua komponen, yaitu komponen kognitif dan komponen afeksi. Berikut uraiannya :

### **1. Komponen kognitif**

Komponen kognitif merupakan pengetahuan individu tentang keadaan dirinya (misalnya: saya rajin atau saya malas). Komponen Kognitif akan memberikan gambaran tentang diri individu dan gambaran tersebut akan membentuk ciri diri.

Devi merupakan wanita yang berprofesi menjadi *Sales Promotion Girl* (SPG), alasan utama dia memilih SPG sebagai profesi utamanya ialah karena

bekerja menjadi SPG rokok tidak harus memiliki status pendidikan yang tinggi, bahkan dengan hanya lulusan SMA juga bisa berkarir menjadi SPG.

Walaupun masih banyak pekerjaan yang lain yang bisa dia kerjakan dan yang bisa menerima status dia sebagai mahasiswa, tetapi Devi ingin mencoba untuk menjadi SPG rokok. Banyak hal-hal yang mendukungnya untuk memilih SPG rokok sebagai profesi yang tepat pada saat ini, pertama karena statusnya sebagai mahasiswa, kedua karena Devi menyukai pekerjaan dibidang *marketing* atau *sales* dan terakhir karena gajinya. Maka dari itu Devi memiliki bekerja sebagai SPG rokok.

*“Hhmm Karena memang belum dapat pekerjaan yang lain aja, dan untuk posisi aku sekarang yang bisa aku kerjakan ya cuman SPG. Karena SPG kan engga pernah harus punya tittle nya, yang harus tamat kuliah, yang harus SI, karena tamatan SMA juga bisa kerja, karena ditambah aku juga ada kemampuan juga sih di bidang jual-menjual atau marketing sih.”*  
(wawancara tanggal 04 Februari 2021)

Dengan gaji yang Devi rasa tinggi itu, seorang SPG rokok pasti dituntut untuk memberikan hasil yang maksimal dalam bekerja. SPG rokok dituntut untuk dapat menjual produk mereka dengan target yang telah ditentukan oleh masing-masing perusahaan. Bahkan dia rela menggunakan uang pribadinya untuk menutupi penjualan mereka yang tidak sesuai target yang telah diberikan oleh pihak perusahaan.

Terkadang, jika hasil penjualan yang diberikan untuk para SPG rokok tersebut sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh perusahaan, masing-masing dari mereka akan mendapatkan uang tambahan atau bonus dari kantor. Tapi Devi mengaku pernah tidak mendapatkan bonus walaupun hasil penjualannya mencapai target yang ditentukan dan tidak menuntut kepada

perusahaan, malah beranggapan kalau hal tersebut memang bukan rezekinya pada saat itu.

*“Kalau tertarik ya tertarik karena gajinya tinggi. Yang buat tidak tertariknya itu karena yang namanya jualan rokok itu belum tentu semuanya mau ngambil, sedangkan dalam peraturan kantor itu kita harus ada target, jadi mau ga mau dalam sehari itu mau ga laku atau engga ada yang beli itu tuh harus ada target dan orang kantor engga peduli. Ujung-ujungnya itu ya kita yang harus beli produk kita sendiri” (wawancara tanggal 04 Februari 2021)*

Motivasi Devi dalam bekerja ialah karena Devi merasa bahwa gaji yang dia dapat dari profesinya lumayan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan penghasilan yang dia dapat dia bisa membeli barang-barang yang dia inginkan. Karena Devi sudah memiliki penghasilan sendiri, jadinya dia tidak perlu harus meminta uang jajan lagi sama orangtuanya. Hal itu bagi Devi cukup untuk meringankan beban kepada mereka, ditambah lagi Devi rajin menyisihkan uangnya dan memberikannya kepada orangtua maupun untuk saudara-saudaranya.

*“Banyak kawan itu enak, kalau lagi ada masalah bisa jadi teman curhat. Kadang mereka juga bisa jadi supir yang bisa ngantar kemana aja heheh” (wawancara tanggal 04 Februari 2021)*

Pekerjaan menjadi SPG rokok itu berbeda dengan SPG lainnya, biarpun masing-masing dari mereka menjual produk. Tetapi bagi Devi pekerjaan menjadi SPG rokok lebih menantang dan bisa dibilang cukup berani. Mungkin dikarenakan segmentasi atau target pasar untuk SPG rokok adalah laki-laki. Dalam peraturannya, SPG rokok dilarang untuk menjualkan produk mereka kepada perempuan dan anak-anak dibawah umur. Peraturan itu juga didukung oleh Peraturan Pemerintah (PP) No.109/2012 tentang Pengamanan Bahan yang



Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan bagian Keempat (<http://sipuu.setkab.go.id>).

Selain itu, Devi berpendapat perbedaan yang paling menonjol dari SPG rokok berbeda dengan profesi SPG lainnya ialah dari segi pakaiannya. karena pakaian SPG rokok lebih minim daripada SPG lainnya, mungkin hal itu dikarenakan segmentasi pasar seorang SPG rokok ialah pria dan itu merupakan trik suatu perusahaan untuk mengundang minat beli mereka. Strategi ini baginya dinilai cukup efektif karena segmentasi utama adalah laki-laki. Tetapi hal ini juga yang bisa merusak citra SPG rokok itu tersebut.

*“Ya paling orang yang dijumpai itu, karena kan SPG rokok itu yang kita jumpai itu semua laki-laki. Karena peraturan kantor kita juga tidak boleh menawarkan rokok sama perempuan. Jadi yang bikin beda itu. Terus dari pakaiannya, yang namanya SPG rokok itu pakaiannya lebih terbuka lebih sexy, karena kan konsumennya itu semuanya laki-laki. Mungkin itu juga salah satu cara untuk memancing laki-laki itu untuk membeli produk itu.”*  
(wawancara tanggal 04 Februari 2021)

Setelah menjalani profesi menjadi SPG rokok kurang lebih 3 tahun, Devi merasakan perubahan sikap ataupun sifat dalam dirinya, positifnya mendapat lebih banyak teman, tetapi negatifnya yang Devi rasakan jadi lebih liar dan *bandel*. Bahkan terkadang menggunakan alasan kerja untuk mendapatkan izin pergi. Devi pernah memikirkan hal tersebut dirumah kenapa bisa jadi lebih bandal dari sebelumnya. Ditambah lagi waktu dengan keluarga juga berkurang, kerja dari pagi sampe malam, terus ketika sedang libur kerja waktunya dipergunakan untuk main bareng teman. Tapi Devi menaggap hal sebagai pembelajaran untuknya dimasa yang akan datang, Devi tetap tidak malu dan cukup senang dengan



pekerjaannya karena penghasilan yang dia dapat cukup untuk memenuhi kebutuhannya.

*“setelah bekerja jadi lebih liar, lebih sering keluar atau pulang malam, bahkan sering menjadikan alasan kerja untuk pulang malam.”*  
(wawancara tanggal 04 Februari 2021)

Selain mendapat penghasilan yang cukup tinggi, Devi merasa ada hal lain yang dia rasa cukup spesial dari pada mendapat gaji yang tinggi. Dengan bekerja menjadi SPG rokok Devi mendapat banyak teman baru, konsumen yang seharusnya menjadi target penjualan berubah menjadi teman yang sangat akrab. Banyak keuntungan yang Devi rasakan dari berteman dengan konsumen, terkadang mereka bisa menjadi teman untuk curhat masalah pribadi maupun pekerjaan, malah Devi pernah memanfaatkan konsumennya untuk dijadikan supir yang bisa mengantar ketempat dimana saja yang dia mau.

Sementara itu hasil wawancara dengan SPG lain yaitu Ratih. Dari semua pekerjaan menjadi SPG rokok Ratih menilai bahwa pekerjaan menjadi SPG rokok adalah pekerjaan yang terbaik dari semua, alasannya menurut Ratih karena penghasilan yang dia dapat dari SPG rokok jauh lebih besar dari pada menjadi SPG lainnya, sistem hitungan gaji yang ditetapkan perusahaan rokok juga saling menguntungkan karena menerapkan sistem hitungan perhari, berbeda dengan SPG yang dulunya pernah dia kerjakan yang menerapkan hitungannya gaji perbelun, dengan begitu jadwal yang sudah ditetapkan akan sama pendapatannya yang Ratih dapat tiap bulannya. Alasan Ratih mengatakann sistem penghasilan untuk SPG rokok lebih menguntungkan, karena tiap bulannya dia bisa memperhitungkan

berapa penghasilan yang dia mau tiap bulannya dan hal itu berbanding lurus dengan jadwal yang dia inginkan untuk mencapai penghasilan tersebut. Ditambah lagi penghasilan menjadi SPG rokok menurut Ratih cukup tinggi, Ratih bisa mendapatkan penghasilan 350 ribu perharinya, angka tersebut dia nilai cukup untuk dapat memenuhi kebutuhannya dan anaknya.

*“Sekarang sih memang lagi pingin menjadi SPG rokok aja, alasannya, karena gajinya itu ya, gajinya itu lumayan. Misalkan ini sekali event satu hari, dapatnya 350 ribu, beda kalau yang SPG yang di mall-mall ini misalkan. Mereka harus menunggu sebulan dulu baru gajian, kan kalau SPG rokok itu perhari.” (wawancara tanggal 05 Februari 2021)*

Selain menguntungkan dari segi pendapatan, Ratih merasa banyak perbedaan antara SPG rokok dengan SPG pada umumnya. Dia berpendapat menjadi SPG rokok itu lebih nyaman dan enak, karena segala sesuatu itu tidak diatur, contohnya dari segi waktu, SPG yang lain sudah memiliki jadwal yang tetap dan harus mengikuti jadwal tersebut berbeda dengan SPG rokok, memang jadwal yang mengatur itu perusahaan tetapi SPG rokok tersebut dapat menyesuaikan jadwalnya dengan jadwal kerja yang diinginkan. Selain dari segi waktu, untuk urusan *make up* saja *sales promotion girl* memiliki ketentuannya masing-masing. Memang kalau seorang yang hidup didunia penjualan harus tampil cantik atau menawan untuk menarik perhatian *customer*, tetapi Ratih merasa kalau urusan *make up* diatur itu membuatnya tidak nyaman. Karena setiap orang memiliki tingkat kenyamanan dan karakter wajah yang berbeda-beda.

*“SPG rokok sih lebih enak serasa aku yaa, karena engga sering diatur. Terus engga sering gimana ya, pokoknya lebih enak, lebih nyaman aja. Kalau sama SPG susu atau apa, kita sering diatur aja, harus masuk jam sekian, engga boleh telat, harus ini, make up harus ini, harus itu, pokonya semuanya harus perfect” (wawancara tanggal 05 Februari 2021)*

Ratih mengatakan hal yang membuat ia tertarik untuk terus bekerja menjadi SPG rokok dikarenakan pendapatan yang didapat ketika bekerja menjadi SPG rokok dirasa cukup besar, biarpun pendapatan yang besar itu relatif dan berbeda-beda bagi tiap orang, namun bagi Ratih pendapatan yang dia dapat dari SPG rokok cukup besar. Alasannya karena nominal yang dia dapat dalam sebulan bahkan lebih tinggi dari gaji seorang PNS yang baru masuk.

Selain itu bekerja menjadi SPG rokok juga tidak terlalu capek, dengan pekerjaan yang cukup *simple*, Ratih merasa hal itu juga yang membuatnya menilai bahwa pendapatan yang dia dapat cukup tinggi, walaupun resiko yang dia hadapi terkadang cukup tinggi. Bagi Ratih resiko yang dia hadapi lebih kepada bagaimana masyarakat memandang SPG rokok tersebut, lain dari itu dari segit tenaga Ratih menganggap bahwa pekerjaan menjadi SPG rokok tidak banyak menguras tenaga. Hal itu karena konsep dari pekerjaan SPG rokok hanya menjual produk yang sekaligus memperkenalkan produk tersebut kepada masyarakat. Jika produk tersebut habis sebelum masa jam kerjanya selesai para SPG boleh bersantai, karena pada dasarnya SPG rokok tidak banyak diatur.

*“Tertarik akunya sih karena gajinya aja, karena gajinya besar, terus kerjanya engga capek, kerjanya cuman ya walaupun agak merayu ya,*

*cuman ya kerjanya engga capek, engga tergantung dengan waktu. Harus ini harus itu, lebih nyaman aja, engga diatur-aturl.” (wawancara tanggal 05 Februari 2021)*

SPG ini merasa tidak ada sesuatu yang spesifik membuat dia percaya diri dalam menjalani profesinya tersebut, baginya lebih kepada dia harus terus bekerja demi mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhannya, Ratih menganggap jika dia tidak bekerja maka dia tidak akan mendapatkan penghasilan, terlebih penghasilan dari SPG rokok menggunakan sistem hitungan perhari. Kalau Ratih tidak bekerja dalam sehari saja maka penghasilannya akan berkurang dan otomatis akan mempengaruhi *badget* yang sudah dia susun perbulannya.

Informan ketiga ini adalah Raja Mutiara Sari atau tiara, dia merupakan anak pertama dari 7 bersaudara. Bekerja merupakan suatu kewajiban baginya karena dia merupakan tulang punggung keluarga dan harus membantu membiayai kehidupan keluarganya. Alasan utama tiara bekerja menjadi seorang *Sales Promotion Girl* (rokok) karena kerja menjadi SPG rokok itu cepat dapat uang, penghasilan seorang SPG rokok itu hitungannya perhari. Jadi kalau Tiara rajin bekerja penghasilan yang dia dapat akan tinggi. kalau dihitung penghasilan seorang SPG rokok juga dinilai oleh Tiara cukup tinggi, karena dalam sebulan Tiara bisa mendapatkan penghasilan dari SPG rokok itu diatas UMR Kota Pekanbaru. Ditambah lagi untuk menjadi SPG rokok tidak memerlukan syarat-syarat khusus yang dapat membebani Tiara.

*“Gajinya gede, cepat dapat duit.” (wawancara tanggal 06 Februari 2021)*



Tiara merasa sangat nyaman bekerja menjadi SPG rokok, selama bekerja dia tidak pernah merasa bosan, karena tugas seorang SPG rokok ialah menjual produk mereka kepada konsumen, dimana konsumen yang dijumpai oleh Tiara tiap hari berbeda-beda, namun tidak jarang Tiara menjumpai orang yang sama ketika bekerja. Tiara menganggap setiap orang baru yang dia jumpai pasti memiliki karakter atau sifat yang berbeda-beda, dari situlah Tiara bisa belajar mengenal karakter orang-orang. Tiara pernah menjumpai konsumen yang *cuek* atau tidak peduli, ada yang mau mendengarkan Tiara menjelaskan produknya tapi hasilnya tidak membeli produknya dan ada juga yang mau membeli semua produknya tapi minta nomor *handphone*. Hal inilah yang buat pekerjaan tersebut dinilai oleh Tiara tidak membosankan, banyak orang-orang yang menilai buruk SPG rokok tapi ada juga orang-orang yang bersimpati terhadap profesinya.

*“Kerja jadi SPG rokok itu tidak membosankan, karena setiap hari pas kerja yang dijumpai orang-orang baru semua” (wawancara tanggal 06 Februari 2021)*

Selain tidak membosankan kerja SPG rokok juga tidak terlalu capek, karena tugas SPG rokok adalah menjual produk mereka. Ada SPG rokok yang kerjanya berkeliling ke suatu tempat menawarkan produknya, ada juga yang hanya berdiam diri berdiri di *stand* tempat mereka berjualan. Tugas-tugas seperti itu yang dinilai oleh Tiara tidak terlalu membuatnya lelah dalam bekerja menjadi SPG rokok, biarpun setelah itu mereka harus membuat laporan hasil penjualan mereka ke perusahaan. Tapi bagi Tiara itu tidakla terlalu sulit karena Tiara sudah terbiasa dengan hal tersebut.

“Enak jadi SPG rokok engga terlalu capek kerjanya.” (wawancara tanggal 06 Februari 2021)

Wanita yang sudah menjalani profesi *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok selama kurang lebih satu tahun ini mempunyai tekad untuk bekerja keras demi membiayai keluarganya, dia tidak ingin adik-adiknya putus sekolah karena kekurangan dana. Walaupun terkadang penghasilan yang ia dapat untuk senang-senang, tiara selalu mengutamakan keluarga. Dia ingin adiknya mendapatkan pendidikan yang lebih tinggi darinya agar nanti bisa menjadi orang yang lebih sukses lagi.

Informan terakhir adalah Mia. Awalnya Mia tidak berniat bekerja di Kota Pekanbaru, namun baginya takdir sudah mengharuskannya untuk bekerja disini, karena kebutuhannya untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarganya. Maka dari itu karena sudah terlanjur berada di Pekanbaru dia mencari kerja dan memilih bekerja menjadi *sales promotion girl* (SPG) rokok, karena menurutnya bekerja menjadi SPG rokok mendapatkan gaji yang besar.

Informan Mia merasa gaji seorang SPG rokok itu lebih tinggi dari pada gaji seorang PNS. SPG rokok perbulan bisa menghasilkan kurang lebih 9 juta – 12 juta tergantung dari *brand* rokok yang dia bawa. Itu juga salah satu yang membuat informan Mia tertarik bekerja menjadi SPG rokok, selain itu SPG rokok juga gada terikat, kalau kita lagi ada urusan atau lagi sakit juga bisa minta izin, tapi resiko yang didapat penghasilannya jadi berkurang, karena hitungan gaji seorang SPG rokok ialah perhari. Sistem kerja SPG rokok juga mudah, para SPG rokok tidak banyak dituntut untuk harus berpenampilan yang *glamour*, *make up* seorang SPG

rokok tidak harus tebal dan untuk rambut juga tidak ditentukan harus panjang atau pendek, yang terpenting SPG rokok harus rapi dalam berpenampilan.

*“Gajinya itu besar, bahkan bisa melebihi gaji seorang PNS. Uda itu kita tidak terikat gimana-gimana disini, engga banyak di atur juga.”*  
(wawancara tanggal 07 Februari 2021)

Selain itu yang membuat informan Mia tertarik untuk bekerja sebagai SPG rokok karena informan Mia menyukai pekerjaan yang berada di Lapangan ketimbang di Kantor. Cukup berbeda dengan kebanyakan perempuan yang lebih menyukai bekerja di Kantor karena kerjanya lebih santai dan pakaiannya cenderung lebih rapid an *elegan*, namun hal itu tidak membuat informan Mia tertarik untuk bekerja di Kantor, informan Mia lebih pekerjaan yang berada di Lapangan karena bagi informan Mia banyak hal-hal baru dan tantangan yang sebelumnya tidak pernah dia jumpai ketika bekerja di Lapangan.

Informan Mia beranggapan kalau pekerjaan yang berada di Lapangan pasti akan bertemu orang-orang baru, dari situ ia merasa menemukan banyak berbagai macam karakter yang berbeda-beda dari setiap orang yang dijumpai, apalagi seorang SPG rokok terkadang dalam sehari bisa berpindah-pindah tempat sampai 8 kali. Suka dan duka juga sudah dialami oleh informan Mia selama bekerja di Lapangan menjadi SPG rokok. Walaupun dia bekerja di Lapangan, seorang SPG rokok harus mencapai target penjualan dalam sehari. Hal itu menjadi tantangan tambahan bagi SPG rokok itu sendiri, mereka harus bekerja berpindah-pindah tempat menawarkan produknya dan juga harus memikirkan bagaimana cara untuk mencapai target yang sudah ditetapkan oleh perusahaannya.

*“aku lebih suka kerja di lapangan dari pada di kantor, karena kerja di lapangan itu bisa dapat teman baru jadi bisa lebih banyak mengenal karakter yang berbeda. Terus di lapangan lebih banyak sisi kehidupan yang bisa aku dapat baik positif maupun negatif terhadap pandangan mereka tentang SPG rokok. Walaupun kerja di lapangan sulit sih karena kami harus mencapai target penjualan, itu yang buat kerjanya lebih berat.” (wawancara tanggal 07 Februari 2021)*

Informan Mia memiliki motivasi tersendiri dalam bekerja, baginya bekerja merupakan suatu kewajiban kalau orang tersebut ingin bertahan hidup didunia yang semakin berkembang dan kebutuhan pokok yang tiap tahunnya selalu naik. Selain itu informan Mia juga harus membantu membiayai kebutuhan keluarganya untuk mengurangi beban orang tuanya dan juga harus membantu membiayai kuliah adiknya sekarang. Perempuan yang merupakan anak kedua dari 3 bersaudara ini mengaku cukup puas dengan penghasilan yang dia dapat sebagai SPG rokok, dengan pekerjaan yang tidak mendapat aturan yang terlalu ketat dalam hal bekerja dan juga penghasilan yang cukup membuatnya senang dalam menjalani profesinya tersebut. Informan Mia memiliki niat setiap penghasilan yang dia dapat selain untuk kebutuhan keluarganya, ia juga menyisihkan sebagian penghasilannya untuk membuka usaha. Karena dia juga tidak yakin kalau profesi sebagai SPG bisa menjadi profesi masa depannya.

## **2. Komponen afeksi**

Komponen afeksi merupakan penilaian individu terhadap diri sendiri. Penilaian ini akan membentuk penerimaan terhadap diri dan harga diri seseorang. Dalam dunia *sales promotion* seseorang dituntut untuk berpenampilan menarik dan juga mahir dalam berkomunikasi, alasan tersebut karena mereka harus pandai menarik minat konsumen baik dari segi penampilan maupun komunikasi persusasi



untuk membeli produk yang mereka tawarkan. Bekerja menjadi SPG rokok hal utama yang harus dimiliki oleh setiap orang adalah memiliki penampilan yang menarik dan memiliki wajah yang bersih atau *good looking*. Beruntung untuk menjadi SPG rokok tidak dituntut untuk memiliki status pendidikan yang tinggi. Jadi bagi Devi yang hanya berstatus mahasiswa bisa bekerja menjadi SPG rokok. Devi merasa dia layak untuk bekerja sebagai SPG rokok karena memiliki penampilan menarik dan fisik yang mumpuni. Dia bangga dengan penampilan fisiknya yang tidak jarang juga dipuji oleh orang-orang, karena Devi memiliki hidung yang mancung dan memiliki postur badan yang cukup ideal.

*“Karena aku cantik, karena aku juga bisa di bilang pintar berkomunikasi dengan orang, terus aku merasa bangga dengan fisik aku, punya hidung mancung dan postur badan yang cukup ideal biarpun sedikit berisi heheh”*  
(wawancara tanggal 04 Februari 2021)

Bagi Devi bekerja menjadi SPG rokok itu keunggulannya selain tidak dituntut memiliki pendidikan yang tinggi, keunggulan lainnya yaitu karena gajinya tinggi. Walaupun terkadang setiap orang memiliki rata-rata penghasilan yang mereka rasa tinggi, namun bagi Devi penghasilannya yang dia dapat bekerja menjadi SPG rokok cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan juga cukup tinggi bagi Devi yang hanya berstatus sebagai mahasiswa. Hal itulah yang membuat dia bisa bertahan menjalani profesi yang sudah dijalannya itu.

Devi tidak menyangkal kalau setiap orang memiliki persepsi dan pandangan yang berbeda-beda tentang SPG rokok, ada yang punya pandangan positif dan ada juga yang memandang negative SPG rokok, tergantung dari sudut

mana masyarakat menilai SPG rokok itu sendiri. Hal tersebut juga tidak dipersoalkan karena setiap orang bebas berpendapat dan Devi sebagai orang yang melakukan pekerjaan itu tidak memperdulikannya, komentar positif dia terima sebagai pujian, tetapi setiap komentar negatif akan dia terima sebagai bahan untuk memperbaiki diri dan bila komentar negatif tersebut sudah melewati batas wajar, komentar itu tidak akan dia dengar dan dibiarkan seperti angin berlalu.

*“Pasti orang itu mikirnya ih si Devi kok bisa jadi SPG ya, jadi orang itu mikirnya kalau aku jadi SPG org itu mikirnya kaya perempuan murahan, kaya negatif la. Karena kan orang mikirnya SPG itu murahan, Klu aku sih cuek aja, karena aku orangnya engga pedulian sama orang, jadi ya kalau mereka mikirnya apa masuk kuping kanan keluar kuping kiri aja,” (wawancara tanggal 04 Februari 2021)*

Dampak lain dari profesi SPG rokok yang dirasakan oleh Devi ialah orang-orang yang beranggapan kalau profesi tersebut merupakan profesi yang buruk, maka masyarakat ataupun orang terdekat yang mengeal Devi berpikiran kenapa Devi mau bekerja menjadi SPG rokok, padahal masih banyak pekerjaan yang mungkin lebih baik yang bisa dia kerjakan. Walaupun profesi SPG rokok dipandang sebelah mata oleh masyarakat yang menganggap pekerjaan SPG rokok sebagai pekerjaan yang murahan, namun itu semua tidak menjadi persoalan oleh Devi sendiri. Devi menganggap selagi dia nyaman dengan apa yang dia kerjakan dan tidak mengganggu kehidupan mereka, pekerjaan tersebut akan terus dia kerjakan sampai dia mampu, terlebih hasil yang dia dapat dari SPG rokok cukup dibilang lumayan.

Bagi Ratih sendiri, tidak ada alasan atau suatu hal yang membuat dia percaya diri ataupun motivasi dalam menjalani pekerjaannya, tetapi dia beranggapan pekerjaan adalah hal yang paling utama. Jika tidak bekerja, maka

bagaimana caranya Ratih untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Ratih merasa kalau hanya berharap dengan penghasilan suaminya tidaklah cukup. Apalagi di zaman yang semakin konsumtif ini, semua barang mendadak mahal. Terutama barang-barang untuk kebutuhan perempuan termasuk *make up* dan sebagainya. Makanya dia harus bekerja untuk memenuhi kebutuhannya.

*“Engga ada yang membuat percaya diri sih, cuman lebih yaa, harus aja kerja. kalau engga kerja mau cari uang dimana ?” (wawancara tanggal 05 Februari 2021)*

Untuk motivasi khusus Ratih juga tidak memilikinya, karena pada dasarnya niat Ratih bekerja adalah untuk mendapatkan penghasilan, apalagi Ratih sudah memiliki beban tanggungan. Ditambah dengan kebutuhan dizaman sekarang yang semuanya sudah mahal, maka dari Ratih menilai motivasinya bekerja hanya ingin mencari penghasilan untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan pribadinya.

*“Untuk SPG apakali ya kan motivasi haha. Ya sebenarnya kembali ke uangnya sih. Ya kebutuhan sekarang kan mahal. Lebih kesitu aja sih, lebih ke uang dan kebutuhan segala macam ya, makeup segala macam ya, bang haha” (wawancara tanggal 05 Februari 2021)*

Pekerjaan yang Ratih kerjakan adalah menjadi *sales promotion girl* (SPG), pekerjaan ini sudah lama dia lakukan, pertama Ratih bekerja menjadi *sales promotion girl* (SPG) susu, lalu berpindah menjadi SPG baju hingga sekarang bekerja menjadi SPG rokok. Menjadi *sales promotion girl* sudah dia jalani setelah selesai menyelesaikan pendidikan di bangku sekolah. Dengan usianya yang

memasuki umur 23 tahun Ratih merasa sudah memiliki pengalaman yang banyak di dunia *sales* karena sudah hampir semua jenis pekerjaan menjadi SPG sudah dia jalani.

Setiap perusahaan rokok memiliki ketentuan masing-masing untuk SPG rokok, di tempat informan Mia bekerja batas umur untuk jadi SPG rokok adalah umur 28 tahun. Bisa saja seorang SPG rokok itu berusia diatas 28 tahun, tapi tidak banyak diusia tersebut ada yang bekerja sebagai SPG rokok. Maka dari itu usaha informan Mia menyisikan penghasilannya untuk membuka usaha. Informan Mia sudah merencanakan usaha apa yang akan dia buat, tinggal menunggu waktu yang tepat hal tersebut akan terealisasi.

*“Motivasi Mia ya karena bekerja itu wajib untuk dapat penghasilan, kerja untuk buat tabungan untuk modal buka usaha. Untuk biayai orang tua dan membantu kuliahin adik.” (wawancara tanggal 06 Februari 2021)*

Informan Mia merupakan tulang punggung bagi keluarga. Orang tua yang sudah berpisah sejak 2013 memaksanya untuk mencari penghasilan sendiri untuk membiayai kehidupannya dan membantu membiayai pendidikan adiknya yang sekarang sudah memasuki jenjang perguruan tinggi. Sesuatu kenyataan yang berat namun harus dihadapi baginya karena harus menjadi tulang punggung keluarga di usia yang tergolong masih muda, tapi berkat dukungan dari orang tua dan orang-orang terdekatnya dia kuat dalam menjalani hal ini. Hal tersebut terasa berat karena dia memiliki seorang abang yang seharusnya dapat membantu mengurangi beban keluarga justru tidak peduli dengan keadaan keluarganya sekarang.



Namun apa yang terjadi sekarang tidak dijadikan informan Mia sebagai beban, karena dia yakin rezekinya sudah ada yang mengatur. Informan Mia menjalani profesinya dengan penuh semangat, karena jika dia merasa terbebani dengan apa yang dialaminya, informan Mia tidak akan dapat bekerja dengan tulus dan segala sesuatu yang dia kerjakan tidak akan selesai dengan benar karena faktor *psikologis*.

*“aku bisa di bilang tulang punggung keluarga, karena kedua orang aku uda cerai dari 2013” (wawancara tanggal 06 Februari 2021)*

Bekerja menjadi SPG rokok sangat berat tantangannya, karena seorang SPG rokok memiliki citra yang jelek dimata masyarakat, belum lagi pakaian SPG rokok yang cenderung terbuka atau *sexy*. Mia memiliki pengalaman ketika bekerja menjual rokok, pada saat itu dia bertemu dengan saudaranya, sekilas saudaranya memanggil dan berkata padanya “apa yang kau pegang itu? kenapa pakaianmu pendek kali? Mau jual diri atau gimana?”. Mia hanya menjawabnya dengan senyuman, karena dia bekerja menjadi SPG rokok dengan niat hanya mencari penghasilan, bukan yang dipikir oleh kebanyakan orang.

Mia tidak meyangkal kalau pakaian SPG rokok memang cenderung minim atau terbuka, tapi dia merasa itu juga merupakan strategi yang dipergunakan oleh perusahaan rokok untuk menarik perhatian konsumennya, dikarenakan target konsumennya adalah para pria. Maka dari itu dia harus menerima kebijakan yang diberikan oleh perusahaan dimana tempat dia bekerja.

*“Pandangan masyarakat tentang SPG rokok itu buruk, terus pakaian SPG itu taukan agak sexy jadi orang mikirnya agak gimana, selalu diliatin, selalu diceritain.” (wawancara tanggal 06 Februari 2021)*

Selama bekerja sebagai SPG rokok kurang lebih 3 tahun lamanya, sudah banyak suka yang dialami oleh informan Mia termasuk dukanya. Seperti kendala SPG rokok pada umumnya yang sering diganggu ataupun dirayu oleh para konsumen ketika menjual produk mereka, hal itu juga dirasakan oleh informan Mia yang mengaku sangat sering mendapat kejadian seperti itu. Namun kejadian yang paling buruk yang dialaminya ketika menjual rokok ialah ketika salah satu konsumen pernah menarik tasnya untuk menyuruh informan Mia duduk disampingnya, namun pada saat itu informan Mia menolak dan tiba-tiba informan Mia dan tasnya terjatuh. Team Leader (TL) yang bertugas mengawasi para SPG rokok pada saat bekerja langsung mendatangi dan mengajanya informan Mia untuk pergi dari tempat tersebut.

Kejadian itu bagi informan Mia merupakan kejadian terburuk yang pernah dia alami pada saat bekerja. Sesuai prosedur dari perusahaannya para SPG rokok tidak diperbolehkan duduk pada saat menjual produknya. Maka dari itu informan Mia mencoba untuk menolak, tetapi konsumen tersebut tetap memaksanya dan sampai kejadian tersebut terjadi.

*“Suka duka kerja itu banyka, apalagi dukanya. Karena aku kerjanya kan di Lapangan, paling parah pernah tas Mia di tarik sampai jatuh” (wawancara tanggal 06 Februari 2021)*

Informan Mia merasakan bahwa apa yang dia kerjakan sekarang sebagai SPG rokok, informan Mia merasa nyaman dan bangga walaupun banyak yang memandang sebelah mata dengan profesinya tersebut bukan berarti dia harus berhenti dari pekerjaannya sekarang, karena informan Mia merasa tidak ada yang harus disesali dengan keputusannya bekerja sebagai SPG rokok selagi yang dia kerjakan masih dalam batas normal, terlebih lagi informan Mia juga merasa penghasilan yang dia dapat sebagai SPG rokok cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, disini dia merasakan mendapat keluarga baru, ditambah informan Mia jauh dari keluarga besarnya yang tinggal di Langsa.

*“Mia suka dengan kerjaan ini, Mia nyaman selagi Mia engga ngerasa jenuh, nyaman banget kerja di SPG rokok, kekeluargaanya ada”*  
(wawancara tanggal 06 Februari 2021)

Menanggapi permasalahan perbedaan pandangan terhadap profesi SPG rokok ataupun pandangan masyarakat maupun orang terdekat terhadap profesi SPG rokok, Mia sama sekali tidak memperdulikan apa kata mereka. Baginya yang penting dia kerja dengar benar, selain itu sebelum terjun untuk menjadi SPG rokok Mia sudah meminta izin kepada Orang Tuanya. Dukngan dari Orang Tua yang membuat dia tetap kuat menjalaninya.

*“Biasa aja yang penting aku cari uang yng benar, mau mereka mikir gmana ga masalah, org tua juga sebelum aku kerja aku mau minta izin, bahkan org tua nanya apa engga capek kali kerjanya nak ?”* (wawancara tanggal 06 Februari 2021)

Semua informan merasakan hal yang sama kenapa memilih *sales promotion girl* (SPG) rokok menjadi pekerjaan utama mereka. Penghasilan yang cukup tinggi menjadi alasan utama mereka untuk bekerja menjadi SPG rokok, bisa dikatakan untuk penghasilan menjadi SPG rokok hitungannya perhari ialah Rp. 350.000 – Rp. 600.000. Seperti yang dikatakan informan Ratih, gaji seorang SPG itu cukup tinggi dengan penghasilan yang hitungannya perhari walaupun penghasilan tersebut biasa didapat pada akhir ataupun awal bulan. Penghasilan SPG rokok juga berbeda dengan penghasilan SPG lainnya yang biasanya mendapatkan penghasilannya dengan hitungan perbulan. Dengan jumlah penghasilan yang didapat, para informan merasa penghasilan tersebut cukup tinggi, hal tersebut dimanfaatkan oleh para informan untuk memenuhi kebutuhannya. Informan Tiara yang dulunya pernah bekerja didunia *sales promotion girl* namun bukan diperusahaan rokok juga merasakan perbedaan yang sangat jauh dari segi penghasilan yang dia dapat.

Dengan penghasilan yang mereka rasa cukup tinggi tidak jarang para informan menggunakan penghasilannya untuk kebutuhan pribadi, informan Ratih memanfaatkannya untuk membeli perlengkapan *make up* dan untuk senang-senang, senada dengan informan Tiara yang mempergunakan penghasilannya untuk kebutuhan pribadinya, informan Tiara juga menyisahkan sebagian penghasilannya untuk keluarganya. Hal itu dikarenakan informan Tiara ialah tulang punggung bagi keluarga, baginya keluarga merupakan prioritas utama dalam hal apapun.



Bagi informan Mia penghasilan yang dia dapat selama bekerja menjadi SPG rokok akan ditabung untuk membuka usaha, informan Mia merasa pekerjaannya sebagai SPG rokok tidak akan berlangsung lama, karena ada batasan umur yang ditetapkan oleh perusahaannya untuk SPG rokok. Maka dari itu, informan Mia memanfaatkan penghasilannya sekarang untuk dijadikannya bekal ketika berhenti bekerja. Tetapi tidak semua penghasilan yang dia dapat dari SPG rokok ditabung oleh informan Mia, karena dia juga memiliki beban untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarga, hal itu dikarenakan kondisi orang tua yang sudah bercerai sehingga menjadikan informan Mia menjadi tulang punggung keluarga dan dia harus membantu membiayai sekolah adiknya yang sekarang sudah memasuki dunia perguruan tinggi.

Setiap SPG rokok memiliki penghasilan yang berbeda-beda, ada beberapa faktor yang mempengaruhi penghasilan para *sales promotion girl* (SPG) rokok, yang pertama setiap perusahaan memiliki kebijakan dalam menetapkan penghasilan untuk para SPG rokok, informan Ratih mengatakan kalau SPG rokok dimana tempat dia bekerja bisa menghasilkan penghasilan kurang lebih Rp 350.000 perhari tetapi dia pernah mendapat kabar kalau salah satu perusahaan tempat temannya bekerja bisa mencapai nominal diangka Rp 600.000 perhari. Selain dari kebijakan perusahaannya, informan Devi mengatakan kalau SPG rokok terbagi oleh dua sistem kerja yaitu SPG rokok *event* dan SPG rokok *regular*. SPG *regular* biasanya bekerja di tempat-tempat yang berbeda, bahkan dalam sehari mereka pernah berpindah tempat sampai 3 tempat. Tetapi penghasilan SPG *regular* lebih sedikit dari pada SPG *event* yang bekerja hanya di

satu tempat saja. Hal itu mungkin dikarenakan *event* yang dibuat oleh perusahaan rokok pasti besar dan anggarannya juga besar, mungkin itu yang mempengaruhi kenapa penghasilan SPG *event* lebih besar daripada biasanya.

Rata-rata penghasilan yang didapat para SPG rokok dinilai mereka cukup tinggi, dikarenakan status pendidikan terakhir yang mereka miliki hanya sebatas tamatan SMA. Seseorang yang bekerja dengan ijazah lulusan SMA dan mendapatkan penghasilan melebihi UMP (Kota Pekanbaru) 2019 yang hanya dikisaran Rp. 2.961.354 (<http://www.tribunnews.com>), bisa dikatakan tinggi. Maka dari itu. Selain gaji yang menjadi alasan utama para SPG rokok ialah strata pendidikan, karena untuk menjadi SPG rokok tidak memerlukan status pendidikan yang tinggi. Hanya berstatus pendidikan terakhir status SMA bisa bekerja menjadi SPG rokok, karena sebagian dari mereka berpikiran kalau melanjutkan kuliah ujung-ujungnya mencari kerja. Untuk itu mereka yang tidak memiliki niat atau kesempatan untuk melanjutkan pendidikannya di perguruan tinggi dan memilih langsung bekerja, jadi menurut para informan profesi SPG rokokla yang mereka nilai sebagai pekerjaan yang dapat mereka kerjakan sekarang. Karena tidak memiliki syarat-syarat yang bagi para informan sulit untuk dilengkapi.

Dalam profesi SPG rokok, syarat yang harus dimiliki oleh calon pelamar untuk dapat bekerja menjadi SPG rokok ialah perempuan yang berpenampilan menarik dan pandai berkomunikasi dengan orang. Karena profesi SPG rokok dituntut harus mahir dalam menjual produknya. Bagi informan Devi, dia merasa memiliki penampilan yang menarik dan postur tubuh yang sesuai syarat untuk menjadi SPG rokok, selain itu informan Devi juga bisa berkomunikasi dengan

orang-orang baru, sehingga dia dapat menawarkan produknya ke konsumen-konsumen. Ditambah lagi dengan pengalamannya bekerja menjadi SPG rokok yang sudah dia jalani selama kurang lebih 3 tahun. Begitu juga dengan informan Ratih dan Mia, mereka berdua juga telah menjalani profesi sebagai SPG rokok selama 3 tahun ini menganggap pada saat menawarkan produknya kepada konsumen seperti menawarkan produknya ke teman-temannya. Berbeda dengan informan Tiara yang baru menjalani profesi tersebut selama satu tahun ini, namun itu bukan berarti dia tidak bisa beradaptasi dengan profesi ini, karena sebelum bekerja menjadi SPG rokok, informan Tiara telah bekerja menjadi *sales* baju di salah satu mall yang ada di Kota Pekanbaru.

Selain tidak memiliki syarat yang khusus atau yang memberatkan untuk bisa menjadi SPG rokok, semua informan merasakan kenyamanan pada saat bekerja maupun diluar kerja. Informan Devi merasa bekerja sebagai SPG rokok itu seru karena sering berjumpa dengan orang-orang baru, banyak orang-orang yang tidak dikenal nantinya jadi teman dekat, kehidupan baru diluar pekerjaan juga dia dapat, walaupun kebanyakan kehidupan yang dia dapat diluar pekerjaan cenderung negatif, tetapi informan Devi merasa nyaman karena belum tentu hal seperti itu akan dia dapat di tempat yang lain. Informan Tiara beranggapan bekerja menjadi SPG rokok yang buat dia nyaman untuk bekerja karena disana tidak memiliki peraturan yang terlalu ketat dan juga tidak banyak diatur oleh perusahaan, yang terpenting mereka bekerja sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh perusahaan. Senada dengan informan Ratih yang juga nyaman dengan pekerjaannya karena tidak banyak tuntutan dari perusahaan. Untuk

informan Mia dia nyaman dengan profesinya karena memiliki kekeluargaan satu dengan yang lain, baik pada saat bekerja semuanya sangat kompak dan berusaha mengejar target penjualan yang uda ditetapkan, maupun diluar pekerjaan informan Mia sangat nyaman karena teman satu profesinya bisa menjadi teman curhatnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada saat melakukan wawancara terhadap informan, dapat diketahui bahwa para *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok memiliki caranya msing-masing dalam menanggapi situasi yang terjadi pada profesinya. Informan Devi menanggapi konsumen yang mencoba merayu pada saat dia bekerja (*selling*) dengan cara tersenyum dan menanggapi konsumen tersebut selagi para konsumen hanya sebatas menggunakan verbalnya atau ucapan tidak menggunakan kontak fisik. Hampir senada dengan informan Ratih, yang menanggapi konsumennya dengan menanggapi apa yang dikatakan oleh konsumen, karena baginya konsumen adalah raja. Itupun harus dengan sebatas wajarnya, tidak menggunakan kontak fisik. Bagi informan Tiara, sebelum dia menawarkan produknya, dia melihat terlebih dahulu tipe konsumennya, apakah konsumen yang bakal dia tawarkan akan membeli produknya atau tidak, selanjutnya ketika menawarkan produknya dan konsumen tersebut sudah lari dari pembahasan yang seharusnya, informan Tiara langsung permisi kemudian pergi mencari konsumen yang lain. Untuk informan Mia yang pernah mengalami tindakan yang tidak wajar dari konsumen, informan Mia lebih hati-hati dalam menawarkan produknya. Ketika konsumen dinilai mencoba untuk melakukan kontak fisik, Informan Mia menghindar dan langsung permisi meninggalkan konsumen tersebut.



Perlakuan yang dilakukan oleh para konsumen didukung dengan persepsi-persepsi yang berkembang dimasyarakat. Para konsumen berani melakukan hal tersebut dikarenakan stigma negatif terhadap SPG rokok sudah sangat buruk. Masyarakat menganggap bahwa profesi SPG rokok merupakan profesi yang buruk. Tetapi persepsi yang berkembang tersebut tidak mempengaruhi para informan untuk berhenti menjalani profesi ini. Para Informan beranggapan selagi apa yang mereka kerjakan baik-baik saja dan tidak mengganggu orang lain akan terus mereka kerjakan. Seperti yang dikatakan informan Devi, dia tidak mendengar apa yang masyarakat katakan tentang SPG rokok, yang penting informan Devi bekerja mencari penghasilan untuk kebutuhan pribadinya, didukung oleh informan Tiara yang merupakan tulang punggung keluarga juga tidak memperdulikan apa yang dikatakan masyarakat, apalagi keluarga dari informan Tiara mendukung pekerjaannya menjadi SPG rokok.

Namun tidak semua konsumen melakukan perlakuan yang tidak wajar atau negatif terhadap SPG rokok. Para informan juga sering mendapatkan pujian dari konsumen yang umumnya adalah kalangan pria. Informan Devi pernah mengatakan hampir pada saat bekerja, konsumen memuji kecantikannya bahkan teman terdekatnya mengatakan bahwa informan Devi sangat cantik pada saat menggunakan pakaian kerjanya. Walaupun itu merupakan sesuatu yang sifatnya merayu, namun Informan Devi menerima pujian tersebut. Selain itu, sebagian para informan juga pernah merasakan hal yang sama, Informan Mia pernah mendapat pujian dari temannya ketika berpakaian kerja yang pada saat itu dia *share* di sosial media.

Ketika berada di lapangan kendala yang sering dihadapi oleh para informan lebih kepada kendala operasional, kendala itu yang dimana perusahaan memiliki ketentuan target yang harus dicapai oleh masing-masing SPG rokok, namun diluar dari kendala itu yang sering dihadapi oleh para informan adalah kendala dengan konsumen pada saat ditawarkan produknya. Seperti yang dikatakan oleh informan Mia, kekeluargaan dari masing-masing SPG pada saat bekerja itu sangat penting, dimana mereka harus sama-sama bekerjasama demi mencapai target yang sudah ditentukan, jika dalam satu *shift* terdapat saling tidak menyukai satu dengan yang lain akan menghancurkan suasana yang lain.

Informan Tiara pernah merasakan hal tersebut dimana ketika dia menginginkan hari itu ingin bekerja maksimal untuk mencapai target, ada kedua temannya yang sedang memiliki masalah pribadi yang dibawa kedalam pekerjaan. hal itu yang membuat tidak adanya kerjasama tim dan mengakibatkan pekerjaan para SPG rokok tidak maksimal. Informan Ratih juga menginginkan jika terjadi masalah pribadi baik antar SPG maupun dengan orang lain, masalah tersebut jangan dibawa kedalam pekerjaan karena dampaknya sangat besar mempengaruhi *mood* orang lain untuk bekerja.

### 4.3 Pembahasan

Pekerjaan merupakan sesuatu hal yang paling utama untuk dapat bertahan hidup di perkembangan zaman yang semakin maju ini, tidak ada lagi tuntutan kalau seorang laki-laki harus bekerja mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan hidup. Maka dari itu seorang Perempuan juga harus bisa bekerja mencari nafkahnya sendiri. Salah satu profesi yang dikerjakan oleh seorang perempuan

ialah menjadi *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok. Pekerjaan menjadi SPG rokok bisa dibilang pekerjaan yang berani untuk para perempuan, hal ini dikarenakan stigma negatif yang terjadi dimasyarakat terhadap profesi SPG rokok itu sendiri dapat merusak citra mereka yang menjalani profesi tersebut. Namun tidak jarang resiko itu mereka ambil demi memenuhi kebutuhan pribadi maupun keluarga.

Para informan hanya harus menjalani pekerjaan dengan niat awal yang sudah mereka tetapkan, seperti informan Tiara yang harus menjadi tulang punggung untuk ketujuh saudaranya, dia harus membantu membiayai pendidikan adik-adiknya. Hal sama yang dialami oleh informan Mia menjadi tulang punggung keluarga dikarenakan Orang Tuanya harus bercerai ketika dia baru selesai menyelesaikan pendidikannya di bangku sekolah, sehingga informan Mia terhambat untuk melanjutkan studinya untuk mencicipi banku perguruan tinggi.

Walaupun informan Devi dan Ratih bukan merupakan tulang punggung keluarganya tetapi mereka tetap harus bekerja untuk memenuhi kebutuhannya, apalagi kebutuhan seorang perempuan sudah sangat mahal, terutama alat-alat atau bahan untuk mempercantik diri seperti *make up*. Jadi informan Devi dan Ratih tetap terus bekerja untuk mendapatkan dan memenuhi apa yang mereka inginkan tanpa menambah beban kepada orang-orang terdekatnya.

Pekerjaan menjadi SPG rokok dirasa mendapat banyak resiko baik pada saat bekerja maupun menanggapi persepsi-persepsi yang berkembang dari masyarakat, tetapi para informan tetap konsisten dalam menjalani pekerjaannya. Pada saat bekerja menjual produknya, disinilah para informan dituntut untuk mahir dalam berkomunikasi dan biasanya mendapat banyak tantangan atau

kendala yang sering mereka hadapai dilapangan. Hal itu karena para informan harus menjual produknya kepada konsumen pria dan tidak dibolehkan menjual produknya kepada anak-anak dibawah umur 18 tahun kebawah dan ibu-ibu hamil, peraturan tersebut sudah dituangkan oleh pemerintah dalam Peraturan Pemerintah (PP) No.109/2012 tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan bagian Keempat (<http://sipuu.setkab.go.id>). Mungkin ini yang menjadi tantangan tersendiri untuk profesi SPG rokok, informan Devi megatakan hal ini yang menjadi suatu alasan kalau para SPG rokok harus memiliki penampilan yang menarik, karena didukung oleh target pasar mereka adalah seorang pria dan hal ini yang menjadi pemicu stigma negatif yang timbul dimasyarakat. Pakaian SPG rokok yang minim untuk menarik perhatian para konsumen yang secara umum adalah para pria, hal ini yang menurut informan Devi menjadi salah satu penyebab stigma negatif yang berkembang dimasyarakat.

Namun bagi informan Mia tidak semua perusahaan rokok menerapkan para SPG rokoknya harus menggunakan pakaian yang minim, tapi informan Mia tidak menolak pernyataan tersebut karena memang pada umumnya hampir semua perusahaan rokok menggunakan pakaian yang minim pada saat bekerja. Informan Tiara sadar bahwa profesi yang mereka kerjakan menimbulkan persepsi yang negatif dari masyarakat, tapi bukan berarti menjadi suatu penghalang untuk mereka dalam menjalani profesi tersebut. Hal itu ditandai dengan lima hal konsep diri yaitu : 1. Ia yakin akan kemampuannya mengatasi masalah, 2. Ia merasa setara dengan orang lain, 3. Ia menerima pujian tanpa rasa malu, 4. Ia menyadari,



bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui masyarakat, 5. Ia mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubahnya (Rakhmat, 1986:131).

Sesuai dengan pengertian konsep diri dari William D. Brooks yang mendefinisikan konsep diri sebagai *"those physical, social and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experience and our interaction with others"* (1974:40). Jadi, konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Persepsi tentang diri ini boleh bersifat psikologis, sosial dan fisis. Konsep diri bukan hanya sekedar gambaran deskriptif, tetapi juga penilaian anda tentang diri anda. Jadi, konsep diri meliputi apa yang anda pikirkan dan apa yang anda rasakan tentang diri anda (Rakhmat, 1986:124). Seperti yang dijelaskan oleh informan Tiara, dia tidak memperdulikan apa yang dikatakan orang tentang profesinya sebagai SPG rokok, baginya yang terpenting ialah bekerja untuk mendapatkan penghasilan dan bisa menuhi kebutuhan hidup. Informan Mia juga merasakan hal yang sama, Mia hanya berpikiran untuk bekerja mencari duit dan tidak memikirkan apa yang masyarakat katakana terhadap profesinya sebagai SPG rokok, walaupun bayang-bayang stigma negatif terhadap profesi SPG seringkali menghantuinya.

Keseluruhan informan juga berpendapat yang sama kalau mereka memikirkan apa yang dikatakan oleh masyarakat terhadap profesinya, nantinya akan menghambat kerja para informan, ketulusan niat bekerja hanya untuk mencari penghasilan menjadikan keempat informan peneliti tegas untuk menjalani

profesi sebagai SPG rokok. Senada dengan Steele, menyarankan individu yang mengalami disonansi dapat memfokuskan diri tidak pada usaha untuk mengurangi perbedaan antara sikap mereka dan tingkah laku, namun melakukan penegasan diri (Robert A. Baron&Donn Byrne, 2003:147).

Para informan sangat yakin terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan masalah, terutama pada saat mendapatkan gangguan dari konsumen yang mencoba mengganggu ataupun melakukan hal yang tidak wajar kepada mereka pada saat informan sedang bekerja (*selling*) menawarkan produknya. Seperti yang dikatakan Informan Mia yang pernah mengalami gangguan dari konsumen yang mencoba menarik tas yang ia gunakan sampai terjatuh, Informan Mia dengan santai menegur konsumen tersebut dan meminta bantuan dari Team Leader (TL) yang fungsinya mengawasi para SPG rokok pada saat menawarkan rokok kepada konsumen. Sama seperti dengan para informan lainnya yang pernah mendapat gangguan dari konsumen dengan cara yang berbeda-beda. Tetapi para informan menanggapi hal tersebut dengan santai dan tersenyum. Tidak selamanya para informan mendapatkan perlakuan yang kasar dari konsumen, para informan juga mendapatkan pujian dari konsumen walaupun terkadang nadanya cenderung merayu, tetapi pujian dari konsumen diterima dengan baik oleh para informan.

Walaupun pada umumnya para informan sering menerima persepsi yang negative terhadap profesinya sebagai SPG rokok, namun hal itu tidak diperdulikan, seperti yang diungkapkan informan Tiara, yang tidak memperdulikan apa kata masyarakat terhadap profesinya tersebut. Senada dengan

informan Tiara, informan Devi, Ratih dan Mia juga tidak memperdulikan apa yang dikatakan masyarakat, selagi mereka memiliki niat yang baik, hanya untuk bekerja mencari penghasilan, mereka akan terus bekerja tanpa memperdulikan apa yang dikatakan oleh masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Anita Taylor *et al* (1997;12) dalam buku Jalaludin Rakhmat, konsep diri memepengaruhi perilaku komunikasi kita karena konsep diri mempengaruhi kepada pesan apa anda bersedia membuka diri, bagaimana kita mempersepsikan pesan itu dan apa yang kita ingat.

Untuk informasi tentang pekerjaan mereka sebagai SPG rokok, para informan tidak menutupi bahwa profesi utama mereka ialah SPG rokok. Informan Devi yang sudah bekerja sebagai SPG rokok kurang lebih 3 tahun mengatakan dia tidak malu mengungkapkan bahwa dia bekerja sebagai SPG rokok, keluarga besar dan teman-teman terdekat informan Devi sudah mengetahui profesinya tersebut. Sama seperti informan Devi, informan Mia juga tidak malu mengungkapkannya, bahkan sebelum informan Mia memilih profesi SPG rokok, dia meminta izin terlebih dahulu kepada Orang Tuanya. Begitu juga dengan informan Tiara yang baru bekerja menjadi SPG rokok selama setahun ini juga tidak malu mengungkapkan profesinya tersebut.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan yaitu *Sales promotion girl* (SPG) rokok di Kota Pekanbaru konsep dirinya yaitu positif dalam menarik minat beli konsumen. Para SPG rokok tidak memperlakukan mereka menggunakan baju kerja yang ketat dan *sexy* serta mendapat rayuan selagi yang mereka dapatkan dari para konsumen masih sebatas wajar dan tidak menggunakan kontak fisik, bagi mereka itu tidak menjadi masalah dalam hal rayuan karena tuntutan dari pekerjaannya, jadi hal seperti itu dianggap wajar. Selagi para SPG rokok bekerja dengan lurus-lurus saja dan mendapatkan penghasilan, mereka akan terus bekerja menjadi *sales promotion girl* (SPG) rokok.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti mengajukan beberapa saran yaitu :

1. *Sales promotion girl* (SPG) rokok sebaiknya para SPG lebih memilih lokasi kerja yang aman sehingga dapat mengurangi resiko dalam bekerja dan selalu memakai pakaian yang sedikit tertutup.
2. Bagi para *sales promotion girl* (SPG) rokok yang bekerjanya menawarkan produknya secara langsung sebaiknya selektif dalam menggunakan



pakaian yang sedikit terbuka karena akan membuat para konsumennya yang cenderung adalah laki-laki selalu ingin menggoda mereka.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Oemil 2001. *Dasar — dasar Public Relation*. Citra Adltya Bakti, Bandung.
- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Amrico
- Cangara, Hafied. 2000. *Pengantar Emu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi 1, Cet 4, Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Damanik Janiatondan Weber F Helmut. 2006. *Perencanaan Ekomsata Anoi*. Yogyakarta, Yogyakarta.
- Davis, B Gordon.2002. *Sistem Informasi Manajemen*. Taruna Grafika, Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu komunikasi*. Bandung Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rosda Karya: Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Dinamika komunikasi*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- \_\_\_\_\_.2003 *Ilmu Teori dan Filsqfat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti : Bandung.
- \_\_\_\_\_.2005 *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek Remaja Rosda Karya*. Bandung.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Manajemen Strategi Public Relations*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jauch, Laurence, R dan William F.1988. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Erlangg&: Jakarta.
- Kusumawati, Frida. 2002. *Dasar - dasar Humas*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Moleong, J. Lexy. 2005 *Metode Penelitian Kualitatif*, edisirevisi, cet 21, Remaja Rosakarya, Bandung.
- Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*, Rosdakarya Bandung.
- Ruslan, Rusady. 2003. *Etika Kehumasan Konsepsi dan Aplikasi*. Rajawali Grafindo Persada, Jakarta.

Tinambunan, W.E. 2002. *Teori — teori komunikasi*. Swakarya, Jakarta.

Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau