

BAB IV

PENUTUP

Sales Promotion Girl atau SPG merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan dalam memperkenalkan atau mempromosikan produk yang dihasilkannya. Pertimbangan utama kebanyakan perempuan muda memilih bekerja sebagai SPG adalah karena pekerjaan ini tidak menuntut tingkat pendidikan formal yang tinggi, waktu kerjanya fleksibel, dan imbalan finansialnya lumayan besar. Di samping itu, ada beberapa motif atau alasan yang mendorong orang memilih profesi SPG, antara lain untuk memenuhi kebutuhan keluarga, mendapatkan penghasilan tambahan, untuk mewujudkan eksistensi diri, menambah ketrampilan, agar bisa berkomunikasi dengan baik, untuk menambah wawasan dan pengalaman kerja, dan untuk menambah jaringan relasi dan mendapatkan koneksi bisnis.

Persepsi SPG terhadap pekerjaan atau profesinya tidak seragam, namun pada umumnya mereka memandang profesinya relatif secara positif. Secara ringkas dapat disebutkan bahwa para SPG memandang profesinya sebagai: pekerjaan *freelance*, pekerjaan profesional, pekerjaan yang berprestis, pekerjaan yang dibutuhkan, dan pekerjaan yang kurang diterima oleh masyarakat.

Persepsi masyarakat terhadap *sales promotion girl* umumnya adalah negatif. Tetapi sebetulnya ada juga yang positif, terutama dalam pandangan mereka yang memiliki pandangan luas (tidak berpikiran sempit), dan pengetahuan yang memadai tentang profesi SPG. Persepsi negatif terhadap SPG dan profesinya

merupakan *stereotype* yang terbangun dari kesan permukaan yang terutama ditimbulkan dari pencitraan atas penampilan fisik dan *body language* para SPG. Masyarakat umum memandang penampilan fisik yang dilihat dari cara berpakaian, cara berdandan, *gesture (body language)* para SPG sebagai berlebihan dan memberikan kesan sensual dan seronok yang kurang cocok dengan budaya ketimuran (Indonesia).

Meskipun kebanyakan SPG tidak sependapat dengan apa yang dipersepsikan masyarakat terhadap mereka, para SPG umumnya lebih mengambil sikap diam saja atau dapat dikatakan bersikap acuh tidak acuh atau tidak mempedulikan pandangan masyarakat terhadap dirinya. Menurut narasumber penelitian ini, para SPG itu akhirnya sudah terbiasa dengan persepsi masyarakat mengenai mereka, dan mereka tidak dapat berbuat apa-apa juga untuk merubahnya. Namun itu tidak membuat mereka mundur dari pekerjaannya sebagai SPG, karena mereka mempunyai motivasi dan pemikiran sendiri dalam memilih dan menjalankan profesi tersebut.

Daftar Pustaka

- Dewanda, Utara, dan Utomo. 2013. Studi Kualitatif Persepsi Masyarakat Terhadap Sales Promotion Girl Event Di Surakarta. Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Fajarwati, Hiba. 2006. Upaya Hukum Yang Dilakukan Sales Promotion Girl Terhadap Pelecehan Seksual Yang Dialami Pada Saat Bekerja (Studi Terhadap Sales Promotion Girl dari PT Marlboro di Kota Malang). Skripsi Fakultas Hukum, Univeritas Muhammadiyah Malang.
- Febrianti, Nurhalimah, dan Martinus Legowo. 2013. Tafsir Atas Pemikiran Rasional Sales Promotion Girls dan Sales Promotion Boys. Paradigma, Vol.01, No. 02, hal, 1-7.
- Kurniawan, Ahmad Habibi. 2012. Analisis Sensual Marketing Pada Sales Promotion Girl Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Dealer Resmi Motor Honda PT Lumenindo Gilang Cahaya Surabaya). Skripsi Jurusan Manajemen, FE Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Lestari, Nur Afta. 2012. Eksploitasi Pada Perempuan Sales Promotion Girls. Jurnal Komunitas, Vol.4, No.2, hal.139-147.
- Nitisemito, Alex. S. 1993. *Marketing*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Purwasih, Joan Hesti Gita. 2013. Fenomena Sales Promotion Girl Freelance Pada Mahasiswa di Kota Surakarta. Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Ramadhani, Denok Wulan. 2014. Prostitusi Terselubung di Kalangan Sales Promotion Girl di Kabupaten Bangkalan. Skripsi Program Studi sosiologi, Fisib, Universitas Trunojoyo, Bangkalan.
- Ritzer, George. 2012. Teori Sosiologi edisi kedelapan, Pustaka pelajar

Website

Maulina Silvia. 2010. “*Menjadi Sales Promotion Girl*”

<http://akumassa.org/kontribusi/dki-jakarta/menjadi-sales-promotion-girl-spg/> (akses pada 13 maret 2014)

Rai, Ayu. 2012. “*Perfomance SPG*”

<http://ayuraimanagement.blogspot.com/spg//> (akses pada 11 maret 2014)

Septiawan H & Handayan E. 2011.” EVALUASI PELATIHAN *SELLING SKILL* KARAYAWAN BAGIAN *SALES PROMOTION GIRL* PT GUNA LAYAN KUASA JAKARTA PUSAT

<http://trainingspg.com/selamat-datang//> (akses pada 20 maret 2014)

Yuli K. 2013.”*Gambaran Umum SPG*”

<http://kikiyulistiwaantijoe.mhs.narotama.ac.id/> (akses pada 10 Maret 2014)

Xaverius S. 2013. “*PENGARUH PERFORMANCE SALES PROMOTION GIRL TERHADAP BRAND EQUITY*” (Studi Eksplanatif Tentang Pengaruh *Performance Sales Promotion Girl* terhadap *Brand Equity* Djarum Black menurut Pengunjung Angkringan Kopi Jos Mangkubumi Yogyakarta)

[“http://e-journal.uajy.ac.id/3940/1/0KOM03642.pdf//](http://e-journal.uajy.ac.id/3940/1/0KOM03642.pdf//) (akses pada 10 maret 2014)