

**POTRET PERILAKU SOSIAL SPG (*SALES PROMOTION GIRL*) ROKOK  
DI MATA MASYARAKAT KELURAHAN BENUA MELAYU DARAT  
KOTA PONTIANAK**

**Oleh:**  
**LITA NURPUSPITA SARI**  
NIM. E51109051

Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Tanjungpura Pontianak, 2015. E-mail : liitanurpuspita@gmail.com

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan stigma masyarakat terhadap perilaku sosial *sales promotion girl* dikelurahan Benua Melayu Darat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara, dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku sosial *sales promotion girl* tentunya berbeda-beda, tidak semua dari *sales promotion girl* berperilaku menyimpang, selain itu tidak semua dari *sales promotion girl* berpakaian seksi. Berdasarkan hasil penelitian ini, secara teoritis diharapkan dapat menjadi sumber informasi dalam memperkaya wawasan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya, serta kontribusi pemikiran bagi penulis dalam proses penerapan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh khususnya tentang perilaku sosial *sales promotion girl*.

Kata-kata Kunci : Perilaku Sosial, Stigma, *Sales Promotion Girl*

## PENDAHULUAN

Kata rokok memang sudah tidak asing lagi didengar, hal ini disebabkan adanya promosi dari berbagai media mulai dari surat kabar, televisi, radio, baliho yang terpampang megah di jalan besar sampai pada internet yang secara besar-besaran telah mempromosikan barang yang sesungguhnya memberikan dampak buruk bagi tubuh dan kesehatan. Produk rokok SKM *mild* pertama kali diluncurkan oleh produsen rokok PT. H.M Sampoerna Tbk, melalui produknya dengan merek Sampoerna A *Mild*. Pada awal kemunculannya jenis rokok ini banyak orang yang memandang dengan sebelah mata dan pesimis, karena rasanya yang ringan mengurangi sensasi kenikmatan dalam merokok. Akan tetapi hal tersebut hanya sementara,

seiring dengan berjalannya waktu kelemahan akibat rasa hisapan yang ringan berubah menjadi kekuatan yang menjadikan senjata ampuh, hal ini di dasari karena pada masa tersebut masyarakat mulai menyadari efek samping akibat merokok, karena rokok dianggap dapat mengganggu kesehatan bagi yang mengkonsumsinya.

Tugas SPG disini juga sangat berperan penting terhadap produk dari perusahaan yang mereka pegang, karena SPG juga membawa *uniform* serta *image* dari perusahaan. Apabila SPG melakukan perbuatan yang tidak wajar atau sebagaimana yang dianggap orang banyak terhadap SPG rokok, maka perusahaan yang bersangkutan akan mendapat dampak dari SPG tersebut. Oleh karna itu, SPG di pilih sesuai dengan kriteria perusahaan yang

sekarang sudah mempunyai standar untuk kategori *brand* yang di bawa.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa masyarakat, bahwa perilaku sosial SPG rokok bersifat negatif, hal ini karena adanya SPG nakal yang memanfaatkan perkerjaannya sebagai alternatif mengenal konsumen yang royal. Dunia SPG rokok memang mengkhawatirkan untuk terjerumus kearah yang negatif, seperti minuman keras, merokok, sampai kepada narkoba. Tidak dipungkiri profesi SPG rokok memang terkadang dijadikan sebagai senjata bagi sebagian SPG nakal untuk mendekati pengusaha, kontraktor dan eksekutif muda yang dapat terpengaruh dengan bujuk rayu SPG. Dengan begitu SPG dengan mudah membuat konsumen menjadi pembeli rokok tetap mereka, tentunya tidak

tanggung-tanggung SPG yang nakal memanfaatkan konsumen untuk membeli rokok mereka lebih dari SOP yang ditentukan, biasanya mereka diberi uang lebih karena telah menemani konsumen makan siang atau karaoke di luar jam kerja biasanya mereka tetap berkomunikasi guna mendapatkan uang jajan SPG nakal biasanya rela menemani konsumen ke dunia gemerlap atau *clubing*. Berdasarkan isu-isu tersebut maka penulis merasa perlu mengungkapkan secara detail dalam bentuk penelitian.

#### **METODE**

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif yaitu dengan cara menggambarkan atau melukiskan keadaan yang ada dilapangan. Menurut Moleong (2006) penelitian deskriptif adalah

untuk memberikan gambaran secara rinci mengenai suatu keadaan, gejala atau objek tertentu.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam menentukan subjek penelitian adalah *purposive*. Teknik *purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012). *Purposive* dapat juga diartikan sebagai penentuan subjek penelitian dengan menentukan langsung subjek mana yang akan menjadi informan, hal ini dilakukan karena dalam penelitian ini peneliti telah memfokuskan penelitian pada kehidupan SPG rokok.

## PEMBAHASAN

### Deskripsi Perilaku Sosial *Sales Promotion Girl*

Tugas dari seorang SPG (*sales promotion girl*) rokok yaitu

menginformasikan produk yang mereka bawa kepada konsumen secara langsung, agar konsumen mengetahui kualitas dari produk yang mereka gunakan.

Mempromosikan produk sesuai dengan target marketing yaitu konsumen yang berusia 18 tahun keatas, dengan target penjualan sesuai ketentuan dari perusahaan. Seperti yang kita ketahui bahwa tugas dari SPG (*sales promotion girl*) rokok hanya menjual produk kepada konsumen, padahal tugas SPG (*sales promotion girl*) rokok sama beratnya dengan bagian marketing karena dengan adanya SPG rokok perusahaan dapat terbantu dalam

memasarkan produk mereka tidak hanya itu dengan adanya SPG rokok masyarakat mengerti akan fungsi dan manfaat dari produk yang mereka gunakan. Meskipun demikian banyak

anggapan dari berbagai masyarakat menilai SPG rokok itu sebagai profesi yang negatif dapat dilihat dari jam kerjanya hingga larut malam dan lokasi kerja SPG rokok bertempat di *Cafe*, Warung Kopi, *Club*, Karoke, Biliard dan tempat seperti itu menjadi target marketing untuk *sales promotion girl* dalam mempromosikan produknya. Lokasi yang diambil sebagai target marketing memiliki beberapa kriteria selain usia konsumen di atas 18 tahun, konsumen yang berada di *cafe* atau warung kopi setidaknya berkisaran 10 orang atau lebih agar mempermudah untuk *sales promotion girl* menjual produknya.

### **Gaya Hidup Sales Promotion Girl**

Gaya hidup adalah cara mengekspresikan diri agar sesuai dengan cara-cara seperti apa seseorang ingin dipersepsikan sehingga dapat diterima dikelompok sosial tertentu (Susanto, 2001).

Kehidupan mewah dan berlebihan merupakan gejala yang mengindikasikan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut biasanya melekat pada seseorang bila seseorang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan dari kebutuhan tapi sudah mencapai pada keinginan yang berlebihan.

Kebutuhan hidup yang tinggi menjadi salah satu alasan seseorang melakukan penyimpangan sosial, begitu pula dengan SPG rokok dimana lingkungan akan membentuk perilaku mereka selain itu gengsi

juga merupakan salah satu faktor yang membentuk perilaku menyimpang pada SPG rokok. Hal ini sangat berpengaruh terhadap pandangan masyarakat tentang SPG rokok dimana isu negatif tentang SPG rokok benar adanya.

Gaya hidup yang *glamor* membuat SPG mudah terjerumus ke dunia malam, dengan begitu mereka memanfaatkan konsumen nakal yang menggoda mereka dengan memberi uang tips dengan balasan SPG tersebut memberikan nomor telpon.

Banyaknya stigma negatif tentang SPG (*sales promotion girl*) rokok tidak terlepas dari perilaku SPG dimana dapat dilihat pada jam kerja mereka yang hingga larut malam, masyarakat bisa menilai bagaimana perilaku SPG dalam menawarkan rokok kepada konsumen yang terkadang agak

memaksa dengan berbagai cara, mulai dari merayu sampai diajak foto dengan konsumen. Selain stigma dari masyarakat terhadap SPG rokok dilihat lokasi atau tempat kerja yang berada di tempat-tempat hiburan malam seperti *club*, *lounge* dan warung kopi remang-remang, juga menjadi alasan terhadap stigma negatif masyarakat semakin kuat terhadap SPG rokok.

### **Hubungan Non Pekerjaan dengan Konsumen**

Hubungan *sales promotion girl* yang terjalin pada saat diluar jam kerja tentunya bukan menjadi tanggung jawab dari perusahaan, meskipun demikian perusahaan tidak mentolerir untuk *sales promotion girl* yang berperilaku menyimpang dengan konsumen karena akan memperburuk citra perusahaan yang

merekrut *sales promotion girl*. Dengan begitu *sales promotion girl* bisa lebih menjaga sikap baik diluar maupun saat bekerja, dari sekian banyak *sales promotion girl* tentunya tidak semua yang dapat menjaga sikap mereka terlebih lagi kepada konsumen yang menguntungkan untuk kelangsungan hidup mereka, dengan kata lain konsumen yang membiayai hidup mereka.

#### **Hubungan dengan Masyarakat diluar**

Pandangan masyarakat terhadap *sales promotion girl* rokok mempunyai alasan tersendiri, penilaian masyarakat juga bermacam-macam tidak semua masyarakat menganggap profesi sebagai *sales promotion girl* rokok adalah profesi yang kurang baik. Hal ini membuat *sales promotion girl*

rokok lebih percaya diri dalam bersosialisasi di masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian dari beberapa informen *sales promotion girl* rokok bahwa kehidupan mereka di masyarakat tentunya tidak menjadi masalah, karena masyarakat sekarang ini sudah mulai mengerti dan memahami profesi yang mereka jalani.

#### **Bentuk Perilaku Sosial SPG (*Sales Promotion Girl*) Rokok dimata Masyarakat**

Berdasarkan hasil penelitian di Kelurahan Benua Melayu Darat bahwa bentuk perilaku sosial SPG rokok dimata masyarakat cenderung bersifat negatif, namun tidak semua konsumen beranggapan bahwa profesi SPG rokok itu negatif. Banyaknya isu mengenai perilaku SPG rokok yang tidak terlepas dari dunia malam tentunya membuat

sebagian dari SPG rokok merasa risih, selain itu profesi mereka yang tidak terlepas dari para lelaki dengan pakaian yang minim membuat *image* SPG semakin buruk. Meskipun demikian mereka menanggapinya dengan santai, menurut beberapa informan SPG rokok mereka sudah biasa mendengar hal yang demikian jadi tidak ada yang perlu disangkal, memang benar adanya hanya saja tidak semua SPG rokok seperti yang diisukan dengan masyarakat.

#### **Faktor Penyebab Perilaku Sosial SPG (*Sosial Sales Promotion Girl*) Rokok**

Perilaku sosial yang terjadi dalam dunia *sales promotion girl* rokok tentunya identik dengan penyimpangan. Perilaku menyimpang adalah perilaku yang tidak sesuai dengan norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam

masyarakat. Perilaku menyimpang dapat terjadi pada manusia muda, dewasa, atau tua baik laki-laki maupun perempuan. Perilaku menyimpang ini tidak mengenal pangkat atau jabatan dan juga tidak mengenal waktu dan tempat. Penyimpangan bisa terjadi dalam skala kecil maupun skala besar, penyimpangan tidak hanya berdampak negatif namun ada juga yang memiliki dampak positif terhadap sistem sosial karena mengandung unsur inovatif, kreatif dan memperkaya alternatif.

#### **Analisis dan Keterkaitan Teori**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Interaksionisme Simbolik, menurut Blumer (dalam Ritzer, 2004) istilah interaksionisme simbolik menunjukkan kepada sifat khas dari interaksi antar manusia.



Khasnya, adalah bahwa manusia saling menerjemahkan dan saling mendefenisikan tindakannya. Seperti yang dikatakan Blumer bahwa dalam berinteraksi manusia saling menerjemahkan dan saling mendefenisikan tindakannya, begitu pula yang dilakukan *Sales Promotion Girl* dimana pada saat berinteraksi dengan konsumen seorang *Sales Promotion Girl* harus interaktif dalam penyampaian produk mereka, selain itu *Sales Promotion Girl* juga dapat membaca situasi dalam berinteraksi dengan konsumen apakah konsumen menanggapi atau tidak dalam penyampaian produk mereka melalui gerak tubuh, mimik muka dan gaya bahasa konsumen pada saat interaksi berlangsung.

Simbol-simbol yang melekat pada *sales promotion girl* dapat dilihat dari penampilan fisik dan

pakaian seorang *sales promotion girl* yang minim dan terlihat seksi, bahasa tubuh *sales promotion girl* yang lemah lembut dan gemulai untuk menarik perhatian konsumen dan cara mereka berkomunikasi dengan konsumen lebih manja. Selain itu bahasa tubuh yang yang tampak sering dilakukan untuk menarik perhatian konsumen salah satunya senyuman dan lirikan mata pada saat SPG rokok mempromosikan produknya. Hal ini tentunya berdampak pada stigma masyarakat terhadap perilaku SPG rokok yang dinilai agresif dan genit selain itu perilaku mereka memberikan *image* buruk untuk profesi mereka dan perusahaan yang merekrut mereka.

### **Kesimpulan**

Banyaknya isu yang beredar di masyarakat tentang profesi SPG rokok tentunya membuat *image* SPG

rokok semakin buruk, dimana masyarakat menilai perilaku sosial SPG rokok bersifat negatif. Dilihat dari simbol-simbol yang melekat pada SPG rokok juga memberikan stigma yang buruk untuk profesi SPG rokok tersebut dari penggunaan baju yang seksi, make up sampai kepada bahasa verbal yang lebih agresif dan memaksa pada saat menawarkan produk.

Perilaku sosial yang terjadi pada SPG rokok tidak hanya dilihat pada saat jam kerja namun di luar jam kerja juga menjadi pengaruh untuk *image* dari profesi dan perusahaan yang merekrut SPG rokok tersebut. Perilaku SPG rokok terbentuk juga karena adanya pengaruh dari lingkungan SPG rokok dimana kehidupan glamore yang menjadi gengsi dikalangan mereka membuat SPG rokok saling

berlomba-lomba dalam memenuhi gaya hidup mereka.

### **Saran**

Seharsnya perusahaan yang merekrut SPG rokok lebih selektif, agar isu negatif mengenai profesi SPG rokok dapat diatasi dengan merubah pola pikir masyarakat dimana masyarakat melihat simbol yang melekat ada diri SPG yaitu, makup yang begitu mencolok, pakaian yang seksi dan bersikap agresif kepada konsumen dapat di rubah sesuai dengan budaya yang ada di Kalimantan Barat ini.

Penyimpangan di dunia SPG memang benar adanya alangkah baiknya kesadaran dari pelaku untuk tidak berperilaku yang dapat mencoreng nama baik keluarga dan perusahaan yang menaunginya.

Saran peneliti bagi pengguna jasa SPG sebaiknya memperbaiki

sistem komunikasi dengan sistem training yang lebih baik. Alangkah baiknya, perusahaan tidak menyamaratakan semua produk perlu berpenampilan *sexy* sebaiknya disesuaikan produk dan sasaran konsumen yang ingin diraih. Jika sistem ini dilaksanakan maka diharapkan masyarakat dapat merubah persepsinya bahwa SPG sebagai profesi yang menjanjikan.

### Daftar Pustaka

#### Buku

- Ali, A. (2004). *Interaksi Sosial Berbasis Kekerabatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Effendy, O. U. (1989). *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Faisal, S. (2005). *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Moleong, L. J. (2006). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Roesdakarya.
- Morisan. (2013). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Masa*. Jakarta : Kencana Perdanamedia Group.
- Rasyid, H. (2000). *Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu Sosial dan Agama*. Pontianak: Kopma STAIN.
- Poloma, M. M. (2010). *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Ritzer, G & Goodman, D. J (2004). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta : Kencana
- Satori, D. (2010). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Singaribuan, M. (1987). *M Penelitian*. Jakarta : PT.Gramedia.
- Sugiyono. (2012). *Metode Peneitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Umar, H. (2002). *Motode Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wulansari, C.,D. (2009). *Sosiologi Konsep dan Teori*. Bandung : PT. Reflika Aditama.
- #### Internet
- Imam, T. (2013). *Upah Minimum Provinsi Kalimantan Barat*. Retrieved 9 Desember 2014, from <http://antarakalbar.com>
- Retnasih. (2001). *Prilaku komunikasi, Komunikasi verbal, komunikasi non verbal dan motif*. Retrieved 1 Mei, 2014, from <http://elib.unikom.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jb>

ptunikompp-gdl-riadwimuti-31416

Soekanto. (1993). Streatip dan Prasangka. Retrieved 25 Mei, 2014, from <http://klinikbk.blogspot.com/2013/07/stereotipe-dan-prasangka.html>

Susanto. (2001). Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis. Retrieved 17 Juli 2014, from: [http://eprints.unika.ac.id/2188/1/03.40.0210\\_Herlin\\_Putri\\_Utami.pdf](http://eprints.unika.ac.id/2188/1/03.40.0210_Herlin_Putri_Utami.pdf)





LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH / PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK JURNAL ELEKTRONIK MAHASISWA

Sebagai sivitas akademika Universitas Tanjungpura, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : Lita Nurpuspita Sari  
NIM / Periode lulus : E51109051/III  
Tanggal Lulus : 29 Januari 2015  
Fakultas/ Jurusan : ISIP / Sosiologi  
E-mail address/ HP : [liitanurpuspita@gmail.com](mailto:liitanurpuspita@gmail.com)

demi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemenuhan syarat administratif kelulusan mahasiswa (S1), menyetujui untuk memberikan kepada Pengelola Jurnal Mahasiswa Sosiologique\*) pada Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura, Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul\*\*):

POTRET PERILAKU SOSIAL SPG (SALES PROMOTION GIRL) ROKOK DIMATA MASYARAKAT KELURAHAN BENUA MELAYU DARAT PONTIANAK

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Pengelola Jurnal berhak menyimpan, mengalih-media/ format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/ mempublikasikannya di Internet atau media lain):

- Secara *fulltext*  
 *content* artikel sesuai dengan standar penulis jurnal yang berlaku.

untuk kepentingan akademis tanpa tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Pengelola Jurnal, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Mengetahui/ disetujui  
Pengelola Jurnal Sosiologique

Viza Juliansyah, S.Sos, MA, MIR  
NIP. 198007142005011004

Dibuat di : Pontianak  
Pada tanggal : 27 April 2015

Lita Nurpuspita Sari  
NIM. E51109051

Catatan :

\*tulis nama jurnal sesuai prodi masing-masing  
(*Publika/Governance/Aspirasi/Sociodev/Sosiologique*)

Setelah mendapat persetujuan dari pengelola Jurnal, berkas ini harus di scan dalam format PDF dan dilampirkan pada step4 upload supplementary sesuai proses unggah penyerahan berkas (submission author)