

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam sosiologi, study tentang wanita telah dimasukan ke bawah tema umum studi-studi mengenai keluarga atau seks dan jenis kelamin, ” Dalam sosiologi, wanita sebagai suatu objek study banyak di arakan hanya di bidang perkawinan dan keluarga ia dilihat keberadaanya. Kedudukan dalam sosiologi, dengan kata lain, bersifat tradisional sebagaimana ditugaskan kepadanya oleh masyarakat yang lebih besar bahwa tempat kaum wanita adalah dirumah. Hal ini adalah bukan merupak suatu kejutan yang diberikan oleh pengaruh ilmu pengetahuan dengan landasan patriakhinya pada sosiologi. Dengan jarangny merujuk kepada wanita dan hanya ada konteks sempit mengenai keluarga dan reproduksi, sosiologi telah dan masih dalam aliran utama pemikiran sosial. Sejarah teori sosiologi dan kedudukan wanita di dalamnya dengan menggambarkan secara garis besar sejumlah asumsi dan proposisi pokok dari kelompok penyumbang pemikiran sosiologi utama yang terpilih. Kelompok penyumbang pertama ialah teoritisi positivis/fungsionalis, yang menegaskan suatu tatanan “alamiah” dominasi laki-laki sebagai suatu perbedaan terhadap argumen mengenai hak hak kaum wanita.

Dalam suatu pekerjaan wanita diarahkan lebih kepada suatu kodrat yang dianggap sebagai mahluk lemah dibawah laki-laki yaitu merupakan sudah ketentuan suatu tatanan dimana wanita lebih diarahkan kepada sektor domestik dan laki-laki diarahkan lebih kepada sektor non domestik. Kelompok kedua ialah

para teoritis konflik, yang melukiskan sistem-sistem penindasan yang secara sistematis membatasi kaum wanita. Dimana sistem-sistem ini bisa digunakan dalam bidang pekerjaan seperti hal pekerjaan wanita yang menjadi *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok. Dimana mereka dituntut untuk untuk menjajakan dagangnya atau semacam yang menyebarkan barang dagangnya dan laki-laki lebih diarahkan kepada yang mengantarkan saja secara tidak langsung bahwa wanita ini mengalami penindasan yang sistematis atau terstruktur, belum lagi disuruh untuk berpakaian yang seksi dan juga sexy. Laki-lakinya lebih berpakaian rapi tidak keliling atau menawarkan rokok tidak susah wanita dalam pekerjaan sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok.

(Jane C. Ollenburger dan Helen A. Moore 2002:1).

Dalam konteks kepemimpinan, fenomena kepemimpinan perempuan dalam bidang kerja pada umumnya menjadikan daya tarik tersendiri, menunjukan bahwa perempuan mengidentifikasikan mereka cenderung berperilaku model kepemimpinan yang transformatif dan juga partisipatif. Perempuan dalam bekerja yaitu dengan sifat yang kooperatif dan memberdayakannya serta memfungsikannya secara efektif, dalam pekerjaan sebagai *Sales Promotion Girl* rokok perempuan bisa bersikap kooperatif dalam menjalankan suatu pekerjaan, yaitu dalam menjajakan produk rokoknya. Perempuan dikenal dengan kepribadian yang lebih supel, demokratis, perhatian, artistik, bersikap baik, cermat dan juga teliti, berprestasi dalam kehidupan sehari-harinya, selain itu juga perempuan juga cenderung bersikap pekerja tim, lengkap dan juga sempurna. Perempuan juga mengidentifikasikan diri dan juga mempersepsi dirinya yaitu sebagai sosok yang lebih rasional, rileks, keras hati, aktif dan juga kompetitif.

Kepemimpinan wanita kepemimpinan mencakup berbagai pemahaman dan diantaranya karakter wanita yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok. Mempunyai karakter tersendiri untuk supaya terlihat menarik konsumen itu bersedia untuk membeli barang yang dijajakannya terlebih rokok. Perilaku perempuan yang berprofesi sebagai atau bekerja *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok mempunyai perilaku yang sangat di jaga dalam bekerja sebagai SPG perilaku yang ramah, sopan cara bicara hal yang perlu diutamakan dalam menawarkan barang dagangannya. Pengaruh dalam suatu pekerjaan wanita cukup berperan yang besar dalam rana bisnis maupun pekerjaan, apalagi pekerjaan dimana wanita menjadi peran utama seperti perempuan yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok. Yaitu perempuan memberikan peran yang sangat besar dimana perempuan ini berpengaruh untuk menawarkan rokok karena wanita mempunyai jiwa jual atau menarik dimata konsumen terlebih kebanyakan konsumen yang merokok adalah kaum laki-laki sehingga pengaruhnya lebih besar pada perempuan dibandingkan dengan laki laki, pola interaksi perempuan memiliki interaksi yang kuat untuk atau dalam suatu pekerjaan awalnya adalah interaksi adalah sebagai tuntutan pekerjaan akhirnya terbiasa menjadi sifat. Bahwa interaksi terlebih interaksi sosial kepada masyarakat pada umumnya dan orang lain terlebih dalam pekerjaan yang menjajakan suatu produk perempuan yang berprofesi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok harus mempunyai interaksi yang lebih kepada masyarakat terutama kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli produknya SPG harus mempunyai pola interaksi yang baik supaya para konsumen bersedia membeli produknya.

Dalam relasi dan pekerjaan pada suatu posisi, *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok haruslah mengerti posisinya dimana dia bekerja atau yang mana harus dilakukan tidak bisa hanya diam saja. Tetapi disertai dengan berkeliling kerana dia bekerja sebagai SPG bukan bekerja sebagai sekretaris kantor. kemampuan artikulasi visi dalam pekerjaan yang menawarkan suatu produk yaitu mempunyai visi dimana produk yang belum terlalu dikenal menjadikan dikenal oleh banyak orang ter melekatkan nilai-nilai dan menciptakan dari suatu atau atau lebih tindakan atau yang dipimpin dan kemampuan mempengaruhi perilaku manusia untuk menyelesaikan suatu misi, dan kemampuan untuk mempengaruhi sekelompok orang lebih diminati oleh banyak orang lain untuk bergerak mencapai tujuannya. Kaum perempuan cenderung menjadi pemimpin pada organisasi perempuan sosial.

Tetapi saat pada tahun 2000, telah terjadi perubahan yang menuntut kaum perempuan untuk dipacu untuk memiliki persyaratan yang lebih tinggi dalam menunjukkan kompensasinya dibanding dengan kaum laki-laki. Baik dari segi pendidikan maupun juga dengan pengalamannya serta non teknik karakteristik pribadi, perilaku kepemimpinan. Latif (2004). Mengatakan bahwa dalam menjalankan peran sebagai pemimpin, perempuan perempuan memiliki karakteristik, yaitu percaya diri, disiplin, memimpin orang lain bukan untuk menguasai orang lain, bersikap tegas, bekerja untuk kepentingan orang lain pada umumnya. (Dr. Siti Hartini. S 2009:215).

Masyarakat kota pada umumnya mempunyai taraf hidup tinggi daripada masyarakat desa. Hal ini menuntut lebih banyak biaya hidup sebagai pemuas kebutuhan yang tiada batas dengan tingkat konsumerisme yang besar. *Mall* sebagai

tempat pusat perbelanjaan di jaman modern. Taman-taman bermain yang terdapat di kota Surabaya banyak didatangi masyarakat. Peluang ini dimanfaatkan oleh industri yang bergerak dibidang jasa untuk mendapatkan keuntungan.

Tidak sedikit *agency* yang membuka lapangan kerja untuk merekrut karyawan dalam bidang jasa promosi. Jasa promosi bekerja pada sektor informal dengan keahlian yang dibutuhkan, *agency* merekrut perempuan sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG). *Sales Promotion Girl* (SPG) dijadikan jalan pintas bagi sebagian perempuan untuk mendapatkan pekerjaan. Beberapa orang beranggapan bahwa *Sales Promotion Girl* (SPG) tidak membutuhkan *skill*. Perempuan memiliki sikap yang lembut dan pandai merayu dengan bermodalkan bentuk tubuh yang ideal, wajah yang cantik serta kepandaian berbicara dalam menawarkan produk kepada *customer*. Profesi *Sales Promotion Girl* (SPG) lebih tepat ditujukan kepada perempuan, karena pekerjaan ini sesuai dengan bidang perempuan yang dapat menciptakan feminitas.

Secara umum tugas *Sales Promotion Girl* (SPG) adalah mempromosikan dan menjual produk kepada *customer* dengan sebaik-baiknya. Adapun anggapan bahwa “pembeli adalah raja” karena itu dibutuhkan kesabaran, ketelatenan serta keramahan dalam melayani *customer*. Peran ini mengingatkan pada pekerjaan sektor domestik yang sering kali dihubungkan dengan sifat dasar perempuan pada umumnya. Perempuan dikenal sebagai makhluk sabar, telaten, halus, lembut, dan perayu. Perilaku *Sales Promotion Girl* (SPG) akan menentukan suasana penjualan, sedangkan ucapan dapat mempengaruhi kepuasan *customer*.

Sales Promotion Girl (SPG) mempromosikan dan menjual produk kebutuhan perempuan dan laki-laki. Produk kebutuhan perempuan meliputi

penjualan kosmetik, pakaian, pembalut dan lain-lain. Produk kebutuhan laki-laki meliputi penjualan rokok, minuman keras, kondom dan lain sebagainya. Penjualan kebutuhan laki-laki maupun perempuan lebih dominan menggunakan jasa *Sales Promotion Girl* (SPG). Adapun tujuan dari pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh *Sales Promotion Girl* (SPG), yaitu untuk memperkenalkan produk yang dijual seluas mungkin kepada masyarakat. Menjelaskan keunggulan yang menarik pada produk tersebut agar dapat mendorong orang sebanyak mungkin untuk mencobanya. (Sutisna, 2002: 31).

Sales Promotion Girl (SPG) dibagi menjadi tiga yaitu *Sales Promotion Girl* (SPG) *regular* yang bekerja di pusat perbelanjaan. *Sales Promotion Girl* (SPG) *regular* bekerja selama enam hari dan libur satu hari. Lokasi tempat kerja sudah ditentukan oleh perusahaan dan sudah menetap. Sistem gaji diberikan setiap satu bulan sekali.

Sales Promotion Girl (SPG) *event regular* bekerja setiap hari selama beberapa bulan sesuai dengan kontrak dan *event*. Lokasi tempat bekerja *Sales Promotion Girl* (SPG) *event regular* menetap atau tidak menetap. Sistem gaji pada *Sales Promotion Girl* (SPG) *event regular* terdapat dua cara yaitu setiap sebulan sekali atau setiap *event* tersebut selesai. *Sales Promotion Girl* (SPG) *event* bekerja di tempat perbelanjaan, pasar, sekolah, kampus, dan taman. Lokasi tempat kerja *Sales Promotion Girl* (SPG) *event* berpindah-pindah atau tetap tergantung dari permintaan perusahaan. *Sales Promotion Girl* (SPG) *event* tidak bekerja setiap hari hanya bekerja pada saat acara-acara tertentu. Pemberian gaji *Sales Promotion Girl* (SPG) *event* diberikan setelah *event* selesai.

Tugas dari *Sales Promotion Girl* (SPG) *regular*, *Sales Promotion Girl* (SPG) *event*, dan *Sales Promotion Girl* (SPG) *event regular* sama yaitu menjual dan mempromosikan produk kepada masyarakat. *Sales Promotion Girl* (SPG) meyakinkan *customer* bahwa produk yang dijual lebih unggul daripada produk lain. Batasan usia *Sales Promotion Girl* (SPG) setiap *agency* memiliki kualifikasi yang berbeda. *Sales Promotion Girl* (SPG) yang berusia 18 tahun hingga 26 tahun sangat diprioritaskan. Hal tersebut dikarenakan usia perempuan sangat menentukan kondisi fisik serta *power* yang dimilikinya. Saat usia perempuan masih mudah bentuk tubuh yang terlihat masih indah serta lebih berenergi dan lincah. Pekerjaan *Sales Promotion Girl* (SPG) dijadikan sebagai pekerjaan utama bagi perempuan untuk mendapatkan uang. Sebagian besar perempuan yang hanya menempuh sekolah hingga Sekolah Menengah Atas (SMA) atau Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memilih untuk bekerja sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG). Pekerjaan sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) tidak membutuhkan *skill* yang tinggi, cukup bermodalkan fisik dan paras yang cantik. Hal ini memberikan pandangan bahwasanya paras dan tubuh menjadi modal bekerja sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG). Pemaknaan tentang diri yang berbasis tubuh, untuk menentukan sebuah identitas sangat peka dengan rekayasa pembentukan citra (Baria, 2005: 11).

Selain itu perempuan dipercaya mampu meningkatkan penjualan produk. Perusahaan lebih diuntungkan dengan adanya *Sales Promotion Girl* (SPG) karena dianggap mampu meningkatkan penjualan produk. Secara sengaja para pengusaha memerankan posisi *Sales Promotion Girl* (SPG) untuk dijadikan sebagai nilai jual atau *selling point* bagi produk tersebut, sehingga perusahaan

mendapatkan keuntungan yang besar. Laku tidaknya sebuah produk bergantung oleh peran pasar dan *Sales Promotion Girl* (SPG). *Sales Promotion Girl* (SPG) mempunyai peran penting dalam penjualan karena kepiawaiannya dalam mempromosikan produk kepada *customer* dengan menggunakan sikap lembut dan merayu. Perusahaan membutuhkan *Sales Promotion Girl* (SPG) untuk mempromosikan dan menjual produk. *Agency* menawarkan jasa *Sales Promotion Girl* (SPG) kepada perusahaan yang membutuhkan, sehingga ada keterikatan jalinan kerja antara perusahaan, *agency*, dan *Sales Promotion Girl* (SPG).

Saat ini rokok menjadi kebutuhan yang penting bagi laki-laki. Rokok memiliki kenikmatan sendiri bagi laki-laki karena terdapat kandungan bahan yang membuat orang yang mengkonsumsinya ketagihan. Sebagian dari laki-laki menjadi konsumerisme terhadap rokok. Perusahaan memanfaatkan *Sales Promotion Girl* (SPG) untuk pemasaran rokok. *Sales Promotion Girl* (SPG) mampu meningkatkan penjualan perusahaan rokok dengan mempromosikan keunggulan produk tersebut. Penghasilan *Sales Promotion Girl* (SPG) *regular*, *Sales Promotion Girl* (SPG) *event*, dan *Sales Promotion Girl* (SPG) *event regular* bervariasi. Gaji *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok lebih tinggi dibandingkan dengan gaji *Sales Promotion Girl* (SPG) yang lain. Pekerjaan *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok lebih banyak dipilih perempuan dikarenakan gaji yang besar dan pekerjaannya tidak memerlukan banyak tenaga.

Perempuan yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok wajib menggunakan seragam yang diberikan oleh perusahaan. Seragam *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok cenderung seksi dan terbuka agar *customer* lebih penasaran dan ada keinginan untuk membeli rokok. Awalnya *customer* tertarik dengan lekuk

tubuh *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok yang berseragam seksi barulah membeli produk rokok. Secara sengaja perusahaan memberikan seragam *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok yang seksi dan terbuka tujuannya untuk menonjolkan lekuk tubuh agar menarik perhatian *customer*. *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok banyak dijumpai di tempat nongkrong. Remaja menjadi fokus utama penjualan *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok. Hal tersebut dikarenakan remaja memiliki tingkat konsumerisme yang tinggi pada rokok. *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok difokuskan untuk bekerja pada malam hari karena laki-laki lebih sering nongkrong di taman pada waktu malam hari. Pandangan masyarakat tentang *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok terbilang negatif. Jam kerja *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok pada waktu malam hari. *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok tidak memiliki pilihan lain untuk mendapatkan uang dengan mudah. Pekerjaan sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok dapat memenuhi kebutuhan hidup. Meskipun citra sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok dipandang negatif oleh sebagian masyarakat. Berdasarkan atas hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Potret dunia kerja *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok Di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini untuk:

Untuk mengetahui tentang bagaimana gambaran dunia kerja yang dialami para perempuan yang menekuni pekerjaan sebagai *Sales Promotion Girl*(SPG) rokok Di Kota Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan teori-teori dalam sosiologi untuk menjelaskan tentang potret dunia kerja perempuan *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok di Surabaya dengan adanya eksploitasi tubuh. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya dan memperluas pengetahuan dalam melakukan penelitian selanjutnya. Pembaca akan memahami tentang penerapan teori gender, ketidakadilan gender Mansour Fakhri, dan juga untuk pendapat yang membahas tentang bagaimana disiplin tubuh Michel Foucault sebagai dasar untuk analisis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sebagaimana karya tulis ilmiah pada umumnya, maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan juga sebagai sarana refleksi bagi mahasiswa, masyarakat umum, dan juga untuk Universitas Trunojoyo Madura.

1. Praktis

Penelitian diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga sebagai wadah nantinya bagi para perempuan yang berprofesi bekerja sebagai *Sales Promotion Girl*(SPG) rokok.

2. Akademisi

diharapkan dapat memberikan wadah yang bermanfaat dan juga bisa memeberikan sedikit refrensi dan juga sedikit pengetahuan bagi pihak akademisi seperti mahasiswa dan juga dosen yang masih belum mengetahui bagaimana gambaran kehidupan perempuan yang bekerja sebagai SPG rokok.

3. Peneliti

- a. Menambah suatu pengetahuan, ilmu dan juga wawasan tentang bagaimana potret kehidupan dunia kerja terkhusus dalam bidang pekerjaan yang bergerak di bidang penjualan.
- b. Sebagai alat untuk memanifestasikan suatu teori-teori yang didapat pada saat penelitipenempuh kuliah.

1.5 Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Denok Wulan Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura (UTM). yang berjudul “*Prostitusi Terselubung Dikalangan Sales Promotion Girl Di Bangkalan*” (2014). Dengan hasil SPG yang terjun dalam dunia prostitusi terselubung dikarenakan adanya factor kemiskinan, himpitan ekonomi, kebutuhan gaya hidup, faktor balas dendam, kesenangan untuk melengkapi gaya hidup menjadi motif dari *Sales Promotion Girl* (SPG).

Selain penelitian di atas penelitian ini pernah di lakukan oleh Nurul Aisyah Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura (UTM). Penelitian “*tentang prostitisi dikalangan Mahasiswa Universitas trunojoyo madura*” (2011). menggupas tentang prostitisi yang dilakukan oleh mahasiswa trunojoyo, bahwa ada alasan tersendiri yaitu faktor ekonomi yang menghambat mahasiswa. Penelitian informan pelaku yang mengetahui segala hal terutama kehidupan pelaku prostitusi, dengan awal yaitu miliki teman dekat, penelitian ini dapat di

telaah dari dua faktor yakni eksogen dan juga endogen. Faktor eksogen di temukan bahwa dari faktor ekonomi yang rendah, membantu keluarga, kurangnya keharmonisan kelurga. Faktor endogen itu sendiri adalah dimana dari faktor nafsu kelamin yang besar, dan ini bahwa sudah terbiasa dilakukan mereka sejak SMA.

Kemudian Primaristina, Meita Tri. Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya(UNAIR). Pernah juga meneliti ” *Sales Promotion Girl di Surabaya: Studi Deskriptif Tentang Eksploitasi Tubuh Perempuan di Tempat Kerja* ” (2009). Eksploitasi perempuan dengan segala stereotip gender tradisional cenderung memaknai kualitas pemaknaan yang dangkal dan juga rendah. Adanya eksploitasi pekerjaan mereka sebagai SPG.

Pendapat lain disampaikan oleh Mariana Debora Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya(UNESA). Dalam skripsi yang berjudul ” *Praktek Prostitusi Terselubung “Sales Promotion Girl” di Surabaya* (2007). Dimana faktor utamanya adalah faktor ekonomi, faktor balas dendam, dan faktor biologis yaitu memenuhi hasrat seksualnya. Perbuatan yang dilakukan SPG tersebut termasuk perbuatan melacurkan diri yang dilakukan sebagai kegiatan sambilan atau untuk mengisi waktu senggang.

Penelitian ini akan menemukan dan mendeskripsikan mengenai potret kehidupan *Sales Promotion Girl* rokok. Yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan perempuan sebagai alat jual dalam melakukan perdagangan yang bisa dimanfaatkan untuk mendapatkan suatu pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan hidup atau kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini yang membedakan dengan penelitian yang terdahulu adalah penelitian ini lebih kearah tentang pola gaya hidup, dan juga peran gender didalamnya. Kemudian manfaat

dari penelitian ini adalah pembaca akan lebih mengetahui tentang bagaimana gambaran tentang kehidupan, gaya hidup, perjalanan informan sehingga memilih pekerjaan sebagai *Sales Promotion Girl* rokok (SPG) rokok. sehingga mengetahui tentang bagaimana pola kehidupan perempuan yang berprofesi sebagai *Sales Promotion Girl* rokok.

1.6 Landasan Teori

1.6.1 Teori Pilihan Rasional

Dasar untuk semua bentuk teori pilihan rasional adalah asumsi bahwa suatu fenomena sosial yang kompleks dapat dijelaskan dalam kerangka dasar tindakan individu di mana mereka tersusun. Sudut pandang ini, yang disebut metodologi individualisme, menyatakan bahwa Unit elemen kehidupan sosial adalah tindakan individu. Untuk menjelaskan lembaga sosial dan perubahan sosial adalah untuk menunjukkan bagaimana mereka timbul sebagai akibat dari aksi dan interaksi individu.

Teori-teori ekonomi telah menjadi prihatin dengan suatu cara-cara produksi, distribusi dan konsumsi barang dan jasa adalah uang yang diselenggarakan melalui mekanisme pasar, teori pilihan rasional berpendapat bahwa prinsip-prinsip umum yang sama dapat digunakan untuk memahami interaksi di mana sumber daya seperti waktu, informasi, persetujuan, dan prestise yang terlibat. Dalam teori pilihan rasional, individu didorong oleh keinginan atau tujuan yang mengungkapkan 'preferensi'. Mereka bertindak dengan spesifik, mengingat kendala dan atas dasar informasi yang mereka miliki tentang kondisi di mana mereka bertindak. Paling sederhana, hubungan antara preferensi dan kendala dapat dilihat dalam istilah-istilah teknis yang murni dari hubungan dari sebuah

sarana untuk mencapai tujuan. Karena tidak mungkin bagi individu untuk mencapai semua dari berbagai hal-hal yang mereka inginkan, mereka juga harus membuat pilihan dalam kaitannya dengan tujuan mereka berdua dan sarana untuk mencapai tujuan-tujuan ini. Teori pilihan rasional berpendapat bahwa individu harus mengantisipasi hasil alternatif tindakan dan menghitung bahwa yang terbaik untuk mereka. Rasional individu memilih alternatif yang akan memberi mereka kepuasan terbesar. Individualisme metodologis teori pilihan rasional membuat mereka mulai keluar dari tindakan-tindakan individu dan untuk melihat semua fenomena sosial lainnya untuk direduksi tindakan individu tersebut. Namun bagi Homans, itu juga perlu untuk melihat tindakan individu sebagai reduksi sebagai tanggapan psikologis. Posisi ini dibenarkan dengan alasan bahwa prinsip-prinsip pilihan rasional dan pertukaran sosial hanyalah ekspresi dari prinsip-prinsip dasar perilaku psikologi. Sementara banyak ahli teori pilihan rasional lainnya telah menolak klaim ini dan Homans sendiri datang menganggap kurang penting.

Teori pilihan rasional memusatkan perhatian pada aktor dimana aktor dipandang sebagai manusia yang mempunyai tujuan atau mempunyai maksud artinya aktor mempunyai tujuan dan tindakan tertuju pada upaya untuk mencapai tujuan tersebut, aktor pun dipandang mempunyai pilihan atau nilai serta keperluan. Teori pilihan rasional tidak menghiraukan apa yang menjadi pilihan atau apa yang menjadi sumber pilihan aktor, yang penting adalah kenyataan bahwa tindakan dilakukan untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan tingkatan pilihan aktor.

Teori pilihan rasional tampak jelas dalam gagasan dasarnya bahwa tindakan perseorangan mengarah pada suatu tujuan dan tujuan itu ditentukan oleh

nilai atau pilihan, tetapi selain Coleman menyatakan bahwa untuk maksud yang sangat teoritis, ia memerlukan konsep yang lebih tepat mengenai aktor rasional yang berasal dari ilmu ekonomi dimana memilih tindakan yang dapat memaksimalkan kegunaan atau yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Aktor memiliki tujuan atau sarana tindakan mereka. Aktor juga memiliki preferensi atau nilai, kepuasan. Yang terpenting adalah fakta bahwa tindakan dilakukan atas pilihan individualisme.

Bila dilihat berdasarkan pengamatan yang dilakukan secara langsung oleh peneliti, setidaknya memberi bukti bahwa pekerjaan sebagai *Sales Promotion Girl* rokok ini. Adalah suatu pilihan dan juga pertimbangan secara pribadi yaitu pilihan untuk memenuhi gaya hidup, pilihan kebutuhan dari segi ekonomi untuk informan bisa bertahan hidup maupun juga bertahan untuk memenuhi kebutuhan hidup, beserta kelangsungan hidup kedepannya bahwa tidak semua orang terkhusus perempuan memilih pekerjaan sebagai *Sales Promotion Girl* rokok. Kerna pekerjaan ini harus bernilai memilih semua resiko yang akan mereka tanggung, dari yang pekerjaan yang hina, dipandang sebelah mata oleh orang-orang yang tidak mengetahui kebenaran hanya sekedar mengetahui dari orang lain saja. Dalam penelitian ini informan lebih memilih pekerjaan sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok. kerna memilih sendiri berdasarkan dengan pertimbangan pribadi yaitu lebih memilih karena alasan untuk memenuhi kebutuhan hidup, tuntutan hidup, dan juga rasa ketertarikannya dengan pekerjaan menjadi SPG rokok yang dirasa pekerjaan yang tidak terlalu banyak berfikir. (Georg Ritzer 448:449)

1.7Teoritik

1.7.1 Study Biografi

Secara singkat dinyatakan oleh Leon Edel bahwa Biografer menulis tentang riwayat hidup (*biographers write lives*). Pengertian ini tidak sederhana karena menyangkut irama hidup seseorang, merupakan “manifesto” dari pembuatan biografi “writing Lives” menyangkut konotasi tampaknya lebih besar dari sekedar membatasi diri dari penulisan seseorang. Dari yang asal mula yang belum menggeluti dunia sebagai *Sales Promotion Girl*, memilih pekerjaan sebagai SPG rokok, dan juga pekerjaan sebelumnya, mengetahui bagaimana segala macam bentuk perlakuannya yang dialami oleh SPG Biografi dapat pula ditulis masyarakat ilmiah akibat kunjungan disuatu lokasi tertentu, dan Biografi merupakan pandangan yang menawarkan pilihan umum dalam suatu perspektif yang integral.

Study Biografi ini dimana pada analisis Biografi ini, yaitu peneliti harus mengorganisasikan suatu data data atas dasar beberapa pedoman, seperti harus mengorganisasikan data atas dasar beberapa pedoman, seperti tatanan kehidupan, karir pekerjaan, hubungan dengan laki-laki, aspirasi dan persepsi terhadap suatu peristiwa agar berbagi cerita dan juga dibandingkan. Perempuan yang berprofesi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok. Dengan menggunakan metode Biografi inilah peneliti akan lebih leluasa untuk mengetahui bagaimana kehidupan perempuan pekerja *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok. Untuk menggunakan bentuk tubuhnya dan penampilan yang menarik untuk modal kerja.

(Denzin Guba 2001:169-170)

1.8 Landasan Konseptual

1.8.1SPG Rokok

Rara mendut adalah seorang perempuan yang memiliki kecantikan yang luar biasa yang mempunyai kepribadian yang mandiri dan juga mempunyai pendirian yang sangat kuat. Allah SWT telah memberikan anugrah yang berupa kecantikan yang sangat luar biasaa sehingga menjadikan Rara Mendut menjadi rebutan banyak kaum laki-laki atau kaum hawa, mulai dari laki-laki yang kalangan biasa, menengah, panggilama perang sampai dengan bangsawan. Salah satu pangglima perang perang Tumenggung Wiraguna sangat tertarik dengan pesona kecantikan yang dimiliki oleh Rara Mendut sampai-sampai ingin menikahnya. Berbagai cara yang dilakukan oleh Tumenggung Wiraguna untuk menikahi Rara tidak membuahkan hasil samaa sekali. Dengan sikap yang keras kepalanya Rara yang menjadikan Tumenggung Wiraguna menjadi murka terhadapnya.

Kemudian Tumenggung Wiraguna mengetahui bahwa Rara Mendut adalah seorang gadis yang sangat miskin dan juga perempuan yang tidak memiliki uang. Pada saat itu Rara dikenakan hukuman untuk membayar pajak yang besar. Karena tumenggung Wiraguna adalah orang yang cerdas, Rara menyadari bahwa kecantikan wajahnya yang bisa memikat para laki-laki. Akhirnya Rara menjual rokok pada saat itu yang berlokasi dipasar pada saat itu, dan juga Rara adalah merupakan satu-satunya perempuan yang cantik menjadi penjual rokok pada saat pada zaman dulu. Pada saat itu Rara Mendut mempunyai ide yang cemerlang yang dirasa bisa memberikan nilai jual yang tinggi dagan

menjual rokok, setiap rokok daunnya harus dilekatkan dulu dengan ludah Rara Mendut. Rokok itu dibungkus seperti halnya bentuk rokok pada saat ini, dan dihisap terlebih dahulu dengan bermodalkan gaya sensual sembari dilihat oleh banyak laki-laki. Semakin lama rokok itu dihisap oleh Rara semakin mahal harganya dan banyak laki-laki yang merubutkannya. Dari sejarah ini Rara Mendut bisa dikatakan sebagai *Sales Promotion Girl* rokok pertama yang ada di Indonesia.

Seiring berkembangnya zaman pada saat ini dalam memasarkan produk melalui jasa sebagai *Sales Promotion Girl* rokok agar dapat meningkatkan produksi dalam suatu perusahaan. Bahkan sekarang perusahaan rela sampai mengeluarkan biaya yang tidak sedikit supaya produk yang dijual banyak dikenal orang lain dan juga masyarakat pada umumnya. Berbagai cara dilakukan para perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan yang salah satu caranya yaitu dengan menggunakan jasa perempuan yang bersedia untuk menjadi *Sales Promotion Girl* rokok untuk mempromosikan produk rokok. Dan juga perempuan yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girl* rokok juga dituntut untuk lebih berpenampilan menarik dan juga pandai merayu dalam menawarkan rokok agar target yang tercapai dalam penjualannya.

1.8.2 Potret Kehidupan SPG

Untuk mendongkrak penjualan produk dari sebuah perusahaan, banyak pihak perusahaan yang menggunakan jasa gadis duta promosi atau yang biasa disebut sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG). Wajah cantik, tubuh tinggi semampai yang dibalut dengan pakaian seksi, serta dibumbui dengan sikapnya yang sedikit genit, sudah menjadi ciri khas dari gadis-gadis yang bekerja menjadi SPG. Penampilan tersebut sering mengundang ulah “nakal” para lelaki

atau calon konsumennya yang mereka hadapi. Biasanya mereka menawarkan produk berupa rokok, minuman suplemen, sepeda motor, coffee dan jenis-jenis produk lainnya.

Bekerja sebagai *Sales Promotion Girl* memang harus tahan mental dan sabar. Dalam pekerjaan itu selalu mendapat pandangan miring dari setiap orang. Tidak hanya itu, tuduhan kepada SPG bahwa mereka bisa “dipakai” pun sering terdengar luas di masyarakat. Karena banyak diantara mereka yang mau dijadikan wanita simpanan oleh pejabat atau para pengusaha. Hal itu karena sebelumnya antara Miss dan sang pembeli sudah saling tukar nomor handphone dan PIN *BlackBerry*. Namun, tidak semua wanita yang bekerja sebagai SPG mudah untuk diajak “main,” sebab diantara mereka yang benar-benar bekerja keras mencari uang, peras keringat dan banting tulang demi memenuhi kebutuhan hidupnya.

1.8.3 Tubuh SPG Rokok

Citra tubuh perempuan terbagi, ukuran berat badan dan juga berat badan tubuh. Ukuran tubuh yang maksimal yang mampu menciptakan suatu kepercayaan diri. Industri kosmetik saat ini mencoba menjual ide mengenai bagaimana memperbaiki bentuk tubuh. Kemudian menjadikan sebagai sebuah instrumentaerobic, objek bedaplastik dan eksperimen diet. *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok berupayah membentuk tubuhnya seindah mungkin agar dapat menarik perhatian konsumen.

Tubuh dalam salah-satu budaya konsumerisme, dan menurut Mike Featherstone. tidak ubahnya seperti plastik. Cukup usaha dan melakukan olahraga, Orang bisa mengkontruksi penampilan yang mereka inginkan. Pandangan seperti ini yang merujuk sebagai cermin dan tontonan, dimana mata adalah indra utama dan

tubuh adalah focus yang terpenting. Penampilan *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok menjadi perhatian utama *customer* laki laki.

Tubuh yang ideal sangat dibutuhkan dalam pekerjaan sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok. Jackie Stacey (dalam rogers,2003) bahwa salah satu kecenderungan pada abad ke-20 adalah lahirnya fenomena transformasi tubuh melalui konsumsi. Budaya komoditi telah menguncangkan konsep tentang tubuh dengan kebutuhan yang semakin besar untuk membentuk tubuh yang diinginkan. Tubuh *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok merupakan alat identifikasi perempuan untuk menempatkan dirinya pada suatu peran sosial di dalam masyarakat. Perempuan menjadi alat distribusi produk dan gaya hidup.

Tubuh *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok dieksloitasi sedemikian rupa menunjukkan lekuk tubuh dengan seragam yang seksi untuk menarik *customer* agar membeli produk yang dijual oleh *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok. Sebagai posisi utama dalam pemasaran. Dalam hal ini, Perempuan menjadi objek pasar dari produk kapitalisme. Tampil cantik serta menawan, *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok dituntut untuk berdandan membeli dan menggunakan produk-produk perawatan. kecantikan sebagai bagian dari estetisasi kehidupan, yaitu suatu mode konsumsi yang didasari oleh nilai-nilai simbolis suatu produk.

Tubuh bagi *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok merupakan alat identifikasi sosial, sehingga pengelolaan tubuh merupakan cara untuk menempatkan diri dengan posisi yang diinginkan. Tubuh *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok adalah medium untuk menampilkan keindahan. Terlebih keindahan itu memiliki nilai jual yang tinggi, maka dia akan sangat dihargai. Hal ini merupakan mekanisme kapitalisme yang memandang tubuh perempuan seperti halnya dengan barang.

Bersama patriarki dan kapitalisme membangun untuk mengeksploitasi tubuh *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok.

Perempuan dipandang memiliki keindahan dalam bentuk fisik yang kemudian memanfaatkan tubuh perempuan dalam kepentingan penjualan. *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok sebagai subjek yang telah mati di mana dia sudah tidak bisa mengendalikan dirinya sendiri, tetapi telah dikendalikan oleh ideologi dan kepentingan-kepentingan pasar. *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok telah ter subordinasi oleh kepentingan dan juga harapan yang menjadikan perempuan sebagai objek.

Perempuan tidak memiliki kesempatan untuk memilih karena pilihan-pilihan telah ditentukan untuk keuntungan pihak lain. Dengan menunjukkan hubungan antara seksualitas dan kekuasaan, Foucault menggarisbawahi tesis dasarnya bahwa kekuasaan ada di mana-mana. Intervensi kekuasaan ke dalam seksualitas terjadi melalui disiplin tubuh dan ilmu tubuh, dan melalui politik populasi yang meregulasi kelahiran.

Kekuasaan mulai mengadministrasikan tubuh dan mengatur kehidupan privat orang. Sejalan dengan itu, terhadap kekuasaan itu pun ada di mana-mana. Tidak ada relasi antara rokok dengan *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok yang seksi berpakaian. Hal ini menyiratkan bahwa *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok menjual seksualitas dan dengan seksualitasnya tersebut dia menjual rokok. Dengan demikian, baik rokok maupun seksualitas perempuan adalah barang dagangan, komoditas yang dapat diperjual belikan. Seksualitas industri saat ini sedang marak, terutama pada *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok yang mengacu pada promosi suatu produk. Seks digunakan atau disalahgunakan sebagai daya tarik semua

bidang komersial atau industri yang sebenarnya tidak ada hubungan secara langsung dengan seks. Mengamati dunia iklan atau dunia komersial secara umum, dapat dilihat bahwa seks telah dijadikan komoditas untuk menjual (Prabasmoro 2006:296). Menurut McCormick seksualitas industri ini menghasilkan dampak yang positif dan negatif. Dampak positifnya, ialah perempuan lebih mempunyai akses terhadap informasi dan material yang berhubungan dengan seks.

Dampak negatifnya adalah revolusi seks membuat perempuan mempresepsi seksualitas perempuan sebagai daya tarik seksual terhadap laki-laki (Prabasmoro, 2006:297). Pekerjaan *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok memperhatikan penggunaan daya tarik seksual untuk meningkatkan citra rokok kepada *customer* untuk meningkatkan daya tarik tersendiri. *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok dapat merendahkan harga dari kamu perempuan dengan menggambarkan mereka sebagai objek seksual. Pandangan masyarakat mengenai *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok berdampak negatif.

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Jenis atau Desain Penelitian

Adapun tujuan dan maksud dari dilakukannya penelitian ini adalah memberikan menggambarkan kecil perilaku atau kehidupan SPG untuk mengetahui lebih jelas seluk beluk potret kehidupan *sales promotion girl* (SPG) rokok di kota Surabaya.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sesuai dengan definisinya dengan menggunakan pendekatan Biografi metode ini juga dinamakan penelitian dengan metode sejarah kehidupan (*life history method*), merupakan metode eksploratif dan kualitatif yang digunakan secara luas dalam

penelitian antropologi atau sosiologi. Metode ini juga dipraktekkan dalam studi perempuan. Sangat penting sesuai dalam study perempuan, menghilangkan ketidak nampakan perempuan pada ilmu sosial dan juga untuk mengenali ideologi gender. Institusi sosial penerimaan oleh perempuan oleh perempuan dalam bentuk penyesuaian diri atau perlawanan. Perempuan harus di mengerti ” bertindak sebagai subjek historis tanpa mereduksi subjektifitas”.

Analisis Biografi ini, peneliti harus mengorganisasi data atas dasar beberapa pedoman, seperti harus mengorganisasikan data atas dasar beberapa pedoman, seperti tatanan kehidupan, karir pekerjaan, hubungan dengan laki-laki, aspirasi, dan persepsi terhadap suatu peristiwa agar berbagi cerita dan juga dapat di bandingkan. perempuan yang berprofesi sebagai *sales promotion girl* (SPG) rokok. Dengan metode inilah peneliti akan lebih leluasa mengetahui kehidupan perempuan yang bekerja menjadi *sales promotion girl* (SPG) rokok yang menggunakan bentuk tubuh dan penampilan yang menarik sebagai modal untuk bekerja. Dengan menggunakan metode kualitatif dapat langsung lebih memperkuat hubungan antara peneliti dengan informan, yang di maksud adalah bagaimana peneliti bisa langsung percakap, mendengar cerita, mengamati dan juga melihat langsung kegiatan yang yang di lakukan oleh para pekerja *sales promotion girl* (SPG) rokok dan mempromosikan produk rokok. Dalam penelitian ini, peneliti menjadi instrumen penting yang berusaha menggupakkan data secara mendalam yang di bantu oleh data-data Yang lain.

Selain itu peneliti juga melakukan pendekatan individu , artinya penulis mengadakan kontak dengan tetangga atau lokasi sekitar informan. Dengan demikian peneliti lebih bebas mencari data yang lebih akurat.

1.9.2 Metode Pengumpulan Data

Sumber dan jenis data pada penelitian ini di bagi menjadi dua macam yaitu data primer dan data sekunder:

1.9.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang di dapatkan dari sumber yang asli dan tidak melalui perantara, seperti hasil dari wawancara pada informan atau hasil dari observasi langsung. Dalam penelitian ini data primer diambil melalui interaksi langsung dengan perempuan *sales promotion girl* (SPG) rokok, baik melalui observasi, interview atau juga wawancara pada informan.

1.9.2.2 Data Sekunder

Data skunder adalah data yang dikumpulkan melalui data-data yang diperoleh dari sumber yang berkaitan langsung dengan permasalahan yang diteliti, baik media maupun dari indifidu atau juga kelompok seprti dokumen-dokumen atau catatan dari peneliti, *agency* wilayah.

1.9.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan pemahaman secara lebih mendalam dan juga supaya peneliti mengetahui proses didalamnya, mengenai fenomena yang diteliti dengan proses pengumpulan data yang dilakukan secara kaulitatif dengan menggunakan teknik observasi dan juga wawancara.

1. Observasi

Dalam mengadakan pengamatan observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan system observasi partisipan dimana peneliti ikut serta atau ikut andil dalam pekerjaan untuk menawarkan produk maupun untuk membeli produk, dan juga mengetahui suatu proses didalamnya. Agar dapat diperoleh kepercayaan,

perilaku, kebiasaan, dan juga mengetahui objek, kegiatan, peristiwa langsung, peneliti mendatangi informan yang berprofesi sebagai *sales promotion girl* (SPG) rokok dan tidak lupa juga mendatangi taman-taman bermain yang bertempat di kota surabaya. Peneliti hanya mengamati bagaimana *sales promotion girl* (SPG) rokok menjalankan pekerjaannya yang sudah sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan oleh perusahaannya, serta sikap aktif untuk merayu para *customer* dan berbagai eksploitasi yang dilakukan. Observasi dalam penelitian ini, hanyalah digunakan untuk melengkapi data yang tidak diperoleh dari wawancara. Pengamatan memungkinkan peneliti akan memahami pada permasalahan-permasalahan yang rumit (Lexy J. Moleong, 2007:17). Waktu penelitian dilakukan kurang lebih empat bulan, yaitu pada bulan april sampai juli 2015.

2. Wawancara

Teknik wawancara yang akan dipakai untuk menggali data dengan melakukan wawancara yang lebih mendalam. Wawancara yang berupa dialog antara peneliti dan juga informannya. Juga bisa adaptasi supaya informan merasa lebih nyaman dan proses wawancaranya akan lebih baik dan mudah untuk disampaikan oleh informannya. Dalam hal ini peneliti diharuskan bisa membawa suasana yang tidak formal, melainkan suasana yang non formal agar informan lebih terasa lebih nyaman dan juga lebih kepada suasana yang kekeluargaan. Peneliti diharuskan mengerti di mana waktu yang tepat untuk melakukan wawancara yaitu dengan melakukan kesepakatan waktu yang kosong dan tidak pada waktu informan saat bekerja.

Dalam hal ini peneliti juga diharuskan untuk mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan, peneliti harus penuh dengan perhatian sambil

mengamati bentuk eksploitasinya, yang di ungkapkan maupun yang dilakukannya dan bertanya secara rinci tentang permasalahan, peneliti juga di harus menyambungkan hasil wawancara dengan pertanyaan yang akan dia ajukan kepada informan. Peneliti mewawancari atau mengajukan pertanyaan dengan subjek yaitu:

- a. *sales promotion girl* (SPG) rokok itu sendiri yang utama.
- b. *Customer* sekitar yang di rasa mengetahui tentang perilaku informan.
- c. tetangga yang dirasa mengetahui keseharian informan.

Supaya peneliti mendapatkan kepercayaan agar tidak ada lagi jarak antara peneliti dengan subjek penelitian. Sehingga pertanyaan yang di ajukan bisa mengalir seperti halnya percakapan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu suatu proses pengambilan data dengan melihat dokumen-dokumen yang ada ditempat penelitian atau seringdisebut dengan yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu

1.9.4 Teknik Analisa Data

Teknik analisa data adalah yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisa kualitatif, dengan menganalisa secara deskriptif. Artinya data-data yang diperoleh peneliti, di kumpulkan, diteliti kemudian di klasifikasikan dan dianalisa dengan secara kualitatif yaitu dengan pedoman pada kerangka pemikiran yang jelas akan kondisi kehidupan, tantangan untuk mengetahui bagaimana kehidupan atau gaya hidup para informan yang akan diteliti yaitu perempuan yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) rokok di Surabaya. Analisa data yang dilakukan metode Miles dan Huberman (1992) yang terdiri dari tiga jalur yaitu, reduksi data, pengujian data, dan

penarikan data, penyajian dan penarikan data kesimpulan dilakukan sebelum dan sesudah proses penelitian lapangan. (Moleong 307:2006).

a. Reduksi data

Merupakan proses seleksi, pemfokusan dan juga penyederhanaan. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas. Data reduksi dimulai sejak penelitian mengambil keputusan untuk memilih kasus, pertanyaan yang akan diajukan dan tentang pengumpulan data yang dipakai.

b. Penyajian data

Menyajikan informan yaitu dalam bentuk uraian yang singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya atau mengorganisasikan data dalam bentuk cerita agar dapat diambil sebuah kesimpulan.

c. Penarikan kesimpulan data

Proses pengambilan suatu kesimpulan dari hasil sebuah proses.

1.9.5 Keabsahan Data

Untuk menjamin kredibilitas data dari kemungkinan-kemungkinan kesalahan analisa dan interpretasi terhadap data, peneliti menggunakan strategi triangulasi (*triangulation strategy*). Strategi ini adalah suatu strategi multi metode (*multi-methode*), multi-model (*multi-trait*) dan multi-referensi (*multi-reference*). Melihat ketepatan posisi objek penelitian dan multi persepsi (*multi-perceive*), untuk mengklasifikasikan maksud melakukan deskriptif atau interpretasi data. Adapun strategi triangulasi yang digunakan adalah punya Denzim (dalam Moleong, 1995), yakni Triangulasi:

1. Triangulasi dengan sumber: Pemeriksaan dilakukan dengan mengecek kembali dari sumber-sumber berdasarkan hasil data yang diperoleh baik bentuknya primer maupun skunder dalam suatu penelitian.
2. Triangulasi dengan metode: Pemeriksaan yang dilakukan dengan mengecek kembali metode yang digunakan dalam penelitian.
3. Triangulasi dengan teori: Pemeriksaan yang dilakukan dengan cara mengecek kembali kesesuaian teori yang digunakan untuk penelitian.
4. Triangulasi dengan penyidik: Pemanfaatan dan pengamatan lainnya untuk keperluan *re-check* (Lexy. J. Maleong 330:2009).

Adapun jenis triangulasi yang dipilih untuk digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, adalah triangulasi dengan sumber. Upaya pada strategi triangulasi sumber (*triangulation of niasures*), data-data penelitian yang diperoleh peneliti, dibandingkan dan dicek derajat kreadibilitas atau kepercayaanya melalui waktu dan alat yang berbeda, peneliti menggunakan mengecek dan membandingkan data yang diperoleh.

1.9.6 Teknik Pengambilan Informan

Teknik pengambilan informan atau subjek peneliti menggunakan informan sebagai atau lebih mendalam kelengkapan data informan. Informan yang dipilih yaitu dengan cara peneliti memilih sendiri (*purposive sampling*), untuk mengetahui elemen-elemen yang ada maupun elemen yang tidak ada tentang bagaimana keseharian dan juga gaya hidup informan dan peneliti harus mengenal sifat-sifatnya informan, dan informasi juga mampu memberikan penjelasan hal-hal yang perlu diketahui oleh penelti yang lebih mendalam khususnya. Informan subjek yang dipilih adalah perempuan yang bekerja sebagai *sales promotion girl*

(SPG) rokok, peneliti juga mempunyai kriteria dalam penelitian ini, yaitu terkhusus adalah perempuan atau informan yang mempunyai gaya hidup yang menarik bagi peneliti untuk meneliti tentang kehidupan informan.

1.9.7 Tempat Dan waktu Penelitian

Lokasi penelitian peneliti, terletak di kota Surabaya, kota Surabaya adalah kota metropolitan yang merupakan terbesar kedua setelah kota Jakarta, kehidupan di kota metropolitan mempunyai tingkat konsumsi yang sangat tinggi. Banyak para *agency* yang menawarkan jasa pekerjaan khususnya menjadi *sales promotion girl* (SPG) rokok untuk memenuhi kebutuhan di kota-kota besar terlebih kota metropolitan seperti kota Surabaya. Taman bermain dan juga acara musik yang tak luput dari keramaian masyarakat. Tempat yang sering dipakai dalam acara musik salah satunya adalah Di Jl. Wali Kota Mustajab yang berada di daerah Gunung Sari MAHKODAM JAYA (Komando Daerah Militer). Taman bermain didatangi berbagai lapisan masyarakat dan pada acara musik di datangi para artis. Oleh sebab itu utamanya adalah penjualan rokok berada di yang ramai di datangi oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Maka dari itu peneliti memilih kota Surabaya sebagai lokasi untuk penelitian dan juga rumah informan, lokasi ini dipilih karena adanya keterbatasan waktu dan tempat informan untuk di wawancarai peneliti. Memudahkan peneliti juga informan untuk di wawancarai dengan cara menyesuaikan dengan tempat bekerja informan, lokasi kerja berpindah-pindah sesuai dengan ketentuan perusahaan.

Penelitian ini akan dilakukan 4 tahap dari pengajuan proposal. Bulan pertama mencermati keadaan atau situasi kerjanya, di tambah informan yang akan kita wawancara dalam proses penelitian.

Tabel 1.1 Kegiatan penelitian

NO.	Kegiatan	Tahun 2014-2015					
		Bln 1	Bln 2	Bln 3	Bln 4	Bln 5	Bln 6
1	Mempersiapkan bahan untuk proposal/observasi awal						
2	Proses penyusunan proposal						
3	Bimbingan proposal						
4	Seminar proposal						
5	Persiapan skripsi/terjun lapangan						
6	Bimbingan dan skripsi						
7	Persiapan siding						
8	Siding skripsi						
9	Revisi siding						
10	Pembukuan						