

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Bab ini membahas mengenai keseluruhan dari hasil temuan yang peneliti temukan termasuk didalamnya membahas tentang tahapan wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka. Bab ini juga membahas hasil penelitian dari sudut pandang peneliti dan dari sumber informan dan narasumber. Pembahasan dari sudut pandang peneliti mengacu pada hasil wawancara mendalam kedua sumber.

Wawancara mendalam dilakukan terhadap lima informan, yaitu lima orang mahasiswi dari beberapa perguruan tinggi yang ada di Kabupaten Garut. Wawancara juga dilakukan terhadap dua orang narasumber, yaitu satu orang Koordinator *Sales Promotion Girls* (SPG) dari pihak perusahaan PT Djarum dan satu orang manajer CWS sebagai agensi SPG di Kabupaten Garut.

Proses observasi non partisipan dilakukan selama sekitar satu bulan antara bulan Februari-Maret 2019. Adapun tahap-tahap pelaksanaan wawancara dengan informan dilakukan oleh peneliti masing-masing selama sekitar 30 menit pada beberapa hari berbeda setelah sebelumnya membuat perjanjian untuk wawancara. Wawancara terhadap informan dilakukan di sela-sela *event* terakhir pada hari Rabu, 20 Maret 2019 secara berurutan pada jam berbeda di salah satu café di Garut, kecuali untuk satu orang informan dilakukan secara tertulis karena alasan pribadi. Sedangkan wawancara terhadap narasumber dilakukan secara terpisah di kantor masing-masing pada hari Minggu, 31 Maret 2019 pada jam yang berbeda.

Penentuan jadwal wawancara mendalam terhadap kedua sumber data primer dilakukan tepat pada hari libur nasional Rabu, 27 Maret 2019 dan libur akhir pekan Minggu, 31 Maret 2019. Hal ini dilakukan melalui penyesuaian jadwal yang tepat dengan kegiatan masing-masing agar wawancara dapat berjalan lancar, sehingga data yang didapatkan lebih lengkap. Adapun beberapa hal lain yang belum sempat ditanyakan atau belum lengkap, peneliti menggali informasi tambahan secara langsung melalui telepon dan melalui media sosial *WhatsApp Messenger*.

Seluruh hasil observasi dan wawancara terhadap informan dan narasumber diuraikan sebagai berikut.

4.1.1 Profil Informan

Sesuai dengan data informan yang telah diuraikan pada subbab 3.3.2 sebelumnya, masing-masing profil informan diuraikan sebagai berikut.

1. Informan I

Nama	: Desi S.
Usia	: 22 tahun
Asal Perguruan Tinggi	: STIE “Yasa Anggana” Garut
Semester	: VI
Pengalaman SPG	: 2 tahun

Informan pertama adalah Desi S. berusia 22 tahun. Sehari-hari berstatus sebagai mahasiswai dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “Yasa Anggana” Garut Semester VI. Informan ini sudah menjalani profesi sebagai SPG rokok Djarum selama sekitar dua tahun sejak Januari 2017.

Dia pernah memiliki aktivitas membuka *outlet* kuliner bersama teman-temannya membuat kue atau sajian untuk perayaan hari-hari besar keagamaan atau ulang tahun atau acara lain. Mereka sewaktu-waktu menerima pesanan secara *offline* atau melalui media sosial dari teman atau kerabat masing-masing. Namun pekerjaan ini hanya sebagai hiburan saja, sehingga tidak dikejar target khusus. Dia bercita-cita setelah lulus kuliah ingin menerapkan ilmunya sebagai pegawai bank atau lembaga keuangan.

Dia menjajagi kemungkinan mendapatkan pekerjaan di bank tersebut dengan bekerja sebagai SPG rokok Djarum. Kebetulan mendapatkan informasi lowongan menjadi SPG dari temannya juga dan lulus *screening*, karena memenuhi kriteria, seperti kondisi fisik yang baik dan postur yang proporsional. Sementara dari ekspresi, bahasa tubuh, mental, sikap dan perilaku pada saat berkomunikasi verbal dan non verbal juga cukup baik.

2. Informan II

Nama	: Feliani D.R
Usia	: 21 tahun
Asal Perguruan Tinggi	: STH Garut
Semester	: VI
Pengalaman SPG	: 3 tahun

Informan kedua adalah Feliani D.R berusia 21 tahun. Sehari-hari berstatus sebagai mahasiswi dari Sekolah Tinggi Hukum Garut Semester VI. Informan ini sudah menjalani profesi sebagai SPG rokok Djarum selama sekitar tiga tahun sejak Januari 2015.

Informan ini memiliki kemampuan komunikasi dan bahasa tubuh yang baik. Maklum calon pengacara sebagaimana cita-citanya. Kemampuan ini didukung pula oleh kondisi fisik dan postur yang baik sesuai pula. Sementara ekspresi wajah, mental, sikap dan perilakunya cukup baik. Sekali-sekali dia suka mengikuti kegiatan persidangan suatu kasus bersama teman-temannya yang ada di suatu firma hukum. Adapun menjalani profesi menjadi SPG rokok Djarum adalah atas ajakan teman sebagai penjajagan untuk mengenali aspek-aspek kontrak kerja.

3. Informan III

Nama : Natania Y.E.

Usia : 21 tahun

Asal Perguruan Tinggi : Uniga

Semester : VI

Pengalaman SPG : 1 tahun

Informan ketiga adalah Natania Y.E. berusia 21 tahun. Sehari-hari berstatus sebagai mahasiswa dari Universitas Garut Semester VI. Informan ini sudah menjalani profesi SPG rokok Djarum selama satu tahun dari Februari 2018.

Informan ini tidak memiliki kegiatan lain di luar perkuliahan dan jadi SPG rokok Djarum saat ini. Dia fokus kepada kuliahnya di salah satu fakultas dengan harapan setelah selesai ingin merealisasikan cita-citanya sebagai PNS di lembaga pemerintah yang ada di Kabupaten Garut. Pada saat mendapatkan tawaran dan ajakan teman untuk menjadi SPG pada awalnya ragu atas kemampuannya, namun dengan harapan mendapatkan pengalaman berinteraksi sosial dia menerimanya, terlebih pekerjaannya tidak terlalu mengikat dan mendapatkan honor lumayan.

Selanjutnya dengan kondisi fisik, postur, ekspresi wajah, sikap dan perilaku yang baik, dia lebih percaya diri. Oleh karena itu, dia sudah bisa memperbaiki kemampuan komunikasinya yang diakuinya masih tidak terlalu baik. Secara perlahan dia juga berhasil memperbaiki bahasa tubuh dan mentalnya melalui kegiatan menjadi SPG.

4. Informan IV

Nama : Maisya M.H.
 Usia : 20 tahun
 Asal Perguruan Tinggi : STH Garut
 Semester : IV
 Pengalaman SPG : 1 tahun

Informan keempat adalah Maisya M.H. berusia 20 tahun. Sehari-hari berstatus sebagai mahasiswa dari Sekolah Tinggi Hukum Garut Semester IV. Informan ini sudah menjalani profesi sebagai SPG rokok Djarum selama satu tahun sejak Februari 2018.

Dia merupakan SPG paling muda dibandingkan empat informan lainnya dan hanya punya kegiatan sebagai mahasiswi. Dengan kondisi fisik, postur, bahasa tubuh dan mental yang baik, dia lebih percaya diri. Oleh karena itu, dia sudah bisa memperbaiki kemampuan komunikasinya yang diakuinya masih tidak terlalu baik. Secara perlahan dia juga berhasil memperbaiki sikap dan perilakunya melalui ekspresi wajah yang lebih kalem namun kuat.

Dia memiliki cita-cita sebagai pengacara, sehingga bersedia untuk menjajagi dan mengikuti ajakan temannya untuk menjadi SPG rokok Djarum.

Menjadi SPG ini dianggap sebagai sarana melatih kemampuan komunikasinya, khususnya saat membujuk atau berargumentasi dengan konsumen.

5. Informan V

Nama	: Hastry A.
Usia	: 24 tahun
Asal Perguruan Tinggi	: STH Garut
Semester	: VIII
Pengalaman SPG	: 3 tahun

Informan kelima adalah Hastry A. berusia 24 tahun. Sehari-hari berstatus sebagai mahasiswa dari Universitas Garut Semester VIII. Informan ini menjalani profesi sebagai SPG rokok Djarum selama tiga tahun sejak Januari 2017.

Dia merupakan SPG rokok Djarum paling senior dari keempat informan lainnya. Demikian pula dari pengalamannya menjadi SPG. Oleh karena itu, dia sering menjadi mentor bagi teman-teman juniornya. Dia fokus kuliah dan ingin menyelesaikan studi untuk mengejar cita-citanya sebagai *entrepreneur*, meskipun agak terbentur masalah biaya, sehingga pada waktu pertama kali jadi SPG dia menerima tawaran dan ajakan temannya untuk menjadi SPG rokok Djarum untuk membantu membiayai kuliahnya.

Dia menuruti ajakan temannya untuk menjadi SPG rokok Djarum setelah lulus mengikuti *screening*. Informan ini memiliki kondisi fisik yang sangat baik dengan postur yang proposional. Karena sudah cukup pengalaman, dia memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan ekspresi wajah yang kuat. Namun, bahasa tubuh, mental, sikap dan perilakunya diakuinya masih perlu perbaikan.

Tabel 4.1
Informan SPG PT Djarum Indonesia Kabupaten Garut

No.	Nama SPG	Usia	Asal PT	Lama Jadi SPG
1	Desi S.	22 tahun	STIE Yasa Anggana	2 tahun
2	Feliani D.R.	21 tahun	STH G	3 tahun
3	Nathania Y.E.	21 tahun	UNIGA	1 tahun
4	Maisya M.H.	20 tahun	STH G	1 tahun
5	Hastriy A.	24 tahun	UNIGA	3 tahun

Sumber: Hasil olah data peneliti tahun 2019

4.1.2 Profil Narasumber

Sesuai dengan data narasumber yang telah diuraikan pada subbab 3.3.3 sebelumnya, masing-masing profil narasumber diuraikan sebagai berikut.

1. Narasumber I

Nama : Wawan
 Tempat/Tanggal Lahir : Garut, 12 Maret 1981
 Usia : 38 tahun
 Pekerjaan : Manager
 Jabatan : Manager CWS

Narasumber pertama bernama Wawan berusia 38 tahun manager CWS di sebuah agensi SPG yang bekerja sama dengan perusahaan Djarum Indonesia Distribusi Garut. Manager ini bertindak sebagai penyedia SPG bagi beberapa perusahaan, khususnya PT Djarum di Garut. Agensinya memiliki sejumlah SPG dengan berbagai bidang atau produk pekerjaan.

Awalnya, narasumber ini juga seorang SPB. Setelah berkecimpung lama, dia berinisiatif untuk mengelola beberapa anak muda dan mahasiswa (laki-laki dan perempuan) untuk direkrut menjadi SPB/SPG selama lima tahun terakhir.

Oleh karena itu, dia memiliki koneksi yang cukup baik dengan beberapa perusahaan dan sering mengadakan kegiatan *screening* calon SPG bila ada permintaan dari perusahaan-perusahaan, terutama PT Djarum.

2. Narasumber II

Nama : Iqbal N
 Tempat/Tanggal Lahir : Garut, 18 Juli 1994
 Usia : 24 tahun
 Pekerjaan : Koordinator SPG
 Jabatan : Koordinator SPG

Narasumber kedua bernama Iqbal N. berusia 24 tahun yang bertindak sebagai koordinator SPG PT Djarum Distribusi Garut. Setelah melalui *screening* oleh pihak agensi, koordinator bertugas mengadakan pelatihan (*trainer*) SPG yang *recommended* untuk mempromosikan suatu produk tertentu. Dia dianggap paling banyak mengetahui spesifikasi produk, kebutuhan pasar dan aktivitas SPG.

Tugas lain dari koordinator adalah menilai kelayakan para SPG selama *event*. Bila ada kekurangan atau penyimpangan sikap dan perilaku SPG, maka koordinator bertugas membina, dan mengembalikannya kepada agensi bila masih sulit dibina. Tugas lainnya adalah pelaporan kegiatan SPG kepada perusahaan. Adapun profil singkat *Triangulasi* Sumber dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Daftar Narasumber Penelitian

No.	Nama	Jabatan	Usia	Keterangan
1	Wawan	Manajer HRD CWS	38 tahun	Narasumber 1
2	Iqbal N.	Koordinator SPG	24 tahun	Narasumber 2

Sumber: Hasil olah data peneliti tahun 2019

4.1.3 Motif Mahasiswi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok di PT Djarum Indonesia Kabupaten Garut

Hasil penelitian tentang motif mahasiswi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok Djarum menunjukkan, bahwa para mahasiswi yang bertindak sebagai informan, memiliki motif dan tujuan yang hampir sama. Para SPG yang berstatus sebagai mahasiswi ini mengemukakan motif-motif yang dikategorikan menjadi dua jenis motif, yaitu sebagai berikut.

1. Motif “untuk” atau *in order to motive*

Berkaitan dengan motif, rata-rata informan mengungkapkan, bahwa tujuan mereka menjadi SPG adalah untuk mencari uang atau belajar mencari uang sendiri, sebagaimana dikemukakan oleh Desi, bahwa:

“Tujuannya untuk mencari uang, terus pekerjaannya tidak terlalu ribet”.⁴

Feliani juga berpendapat, bahwa tujuannya menjadi SPG adalah :

“Ingin mencari uang daripada diam di rumah, bisa mengisi waktu dengan hal-hal yang lebih baik dan positif”⁵

Informan lain menambahkan, bahwa yang dilakukannya sebagai SPG adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka sebagai mahasiswi. Hal ini dikemukakan oleh Maisya, bahwa menjadi SPG adalah:

“Untuk belajar cari uang sendiri, buat bantu-bantu bayar uang kuliah, nambah uang jajan, cari pengalaman juga”.⁶

Sementara menurut Natania, tujuannya menjadi SPG adalah:

“Ingin menambah uang jajan sendiri dari hasil keringat sendiri, meringankan beban orang tua, mengurangi pengeluaran orang tua.”⁷

⁴ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁵ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁶ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁷ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 17.00 WIB)

Adapun Hastry berpendapat melalui telepon, bahwa:

“Tujuan dia menjadi SPG adalah “untuk memenuhi kebutuhan membiayai kuliahnya sendiri.”⁸

Uraian motif informan menjadi SPG, selain untuk mencari uang sendiri untuk berbagai kebutuhan, ternyata bertujuan mulia, yaitu untuk memenuhi biaya kuliah dan membantu mengurangi beban pengeluaran orang tua dalam membiayai kuliah, mereka juga berpendapat untuk memenuhi kebutuhan konsumtif sebagai remaja putri pada umumnya, yaitu untuk menambah uang jajan dengan jerih payah keringat mereka sendiri. Selain itu, ada juga yang berpendapat untuk menambah pengalaman, daripada berdiam diri di rumah, lebih baik mengisi waktu untuk hal-hal yang baik atau kegiatan yang positif di sela-sela jeda waktu perkuliahan. Sementara alasan lain mereka menjadi SPG rokok adalah karena pekerjaan ini dalam prakteknya tidak terlalu ribet.

Promosi produk rokok PT Djarum yang dilakukan oleh mereka sebagai SPG juga lebih ringan, karena yang sering ditawarkan adalah produk-produk rokok dengan pangsa pasar yang cukup tinggi. Selain itu, produk yang dipromosikan juga tergolong sudah mempunyai segmen tertentu, sehingga tidak sulit mencari jenis konsumen dan lebih mudah dilakukan, diantaranya Djarum Super dan Djarum Coklat untuk segmen orang tua. Adapun Djarum Super MLD, dan Djarum *Mild Black Series* atau *mild light* lainnya untuk kalangan anak muda. Hal ini dikemukakan oleh semua informan sebagaimana uraian dialog berikut.

Desi: “Jenis produk yang sering dipromosikan Djarum Super, MLD, sama Djarum Coklat”⁹

⁸ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

⁹ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

Feliani: *“Jenis produk yang sering dipromosikan Djarum Super Mild Black Series MLD Hitam”*¹⁰

Natania: *“Jenis produk yang sering dipromosikan Djarum Super”*¹¹

Maisya: *“Jenis produk yang sering dipromosikan Djarum Super”*¹²

Hastry: *“Jenis produk yang sering dipromosikan Djarum Super, MLD, sama Djarum Coklat”*¹³

Para mahasiswi ini rata-rata memiliki keinginan untuk berhenti sebagai SPG rokok karena beberapa alasan. Rata-rata mereka beralasan sebagai pengisi waktu dan mencari pengalaman sebelum mendapatkan pekerjaan yang tetap, nyaman dan cocok dengan latar belakang pendidikan. Hal ini disampaikan oleh Desi, bahwa:

*“Menjadi SPG sampai mendapatkan pekerjaan yang nyaman sama yang cocok”*¹⁴

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Maisya dan Hastry, bahwa:

*“Sampai dapat kerja yang tetap, sampai beres kuliah, soalnya juga cari pengalaman sambil kuliah”*¹⁵

*“Sampai saya benar-bener menemukan pekerjaan yang tetap”*¹⁶

Ada juga yang berpendapat, mereka akan terus menjadi SPG agar mendapatkan uang hasil keringat sendiri sebelum kuliahnya tuntas, sehingga ingin memiliki kebanggaan tersendiri bila kuliahnya selesai dengan biaya hasil keringat sendiri, sebagaimana dikemukakan oleh Natania, bahwa:

*“Sampai selesai kuliah karena bisa menjadi kebanggaan sendiri bisa menghasilkan uang dari hasil keringat sendiri”*¹⁷

¹⁰ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

¹¹ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

¹² Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

¹³ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

¹⁴ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

¹⁵ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

¹⁶ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

¹⁷ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

Ada juga yang berpendapat akan berhenti jadi SPG bila menikah, meskipun belum selesai kuliah, sebagaimana dikemukakan oleh Feliani, bahwa

“Sampai saya menikah saya pasti akan berhenti dari SPG”¹⁸

Sebagai SPG rokok PT Djarum, para mahasiswi juga memiliki harapan agar produk rokok yang dipromosikannya tetap jaya dan memiliki peminat yang tinggi di kalangan konsumen, sebagaimana pendapat Hastry dan Desi, bahwa:

“PT Djarum semakin jaya dan maju”¹⁹

“Harapan menjadi SPG agar produk Djarum lebih banyak lagi diminati oleh customer”²⁰

Hal ini tentu saja dengan harapan akan menaikkan honor (*fee*) yang mereka terima dan bisa terus diajak kerjasama oleh perusahaan, sebagaimana dikemukakan oleh Feliani, bahwa:

“Bisa kerja terus, terus berharap fee aku naik”²¹

Mereka juga memiliki harapan dengan menjadi SPG rokok akan lebih berpengalaman dan mengetahui aspek-aspek dunia kerja atau perkantoran sebelum mereka mendapatkan tempat kerja yang lebih baik. Artinya, mereka sebelumnya sudah pernah mendapatkan pengalaman terjun ke lapangan kerja. Harapan lain yang terkait dengan pekerjaannya sebagai SPG rokok, mahasiswi ini juga menjadikan dirinya sudah mengenal konsumen, sudah bisa berkomunikasi dengan orang-orang (publik) saat memasuki dunia kerja yang mereka dambakan. Hal ini sejalan dengan pendapat Maisya dan Natania, bahwa:

“Kalau sudah dapat pekerjaan tetap, punya pengalaman jadi SPG sudah pernah terjun ke lapangan, sudah mengenal konsumen, sudah bisa komunikasi dengan orang-orang”²²

¹⁸ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

¹⁹ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

²⁰ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

²¹ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

“Ingin mencari pengalaman, pengalaman mencari uang, pengalaman terjun ke dunia kerja dan perkantoran seperti apa”²³

Bidang pekerjaan menjadi SPG rokok, menurut para informan juga memberi banyak manfaat, seperti menambah pengalaman, serta memperbanyak relasi dan teman, sebagaimana dikemukakan oleh Desi, bahwa:

“Manfaat menjadi SPG banyak pengalaman terus banyak juga relasi”²⁴

Selain itu, juga bisa mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan rokok, seperti harganya, kandungan kimianya, cara pembuatannya, hingga hasil dan proses pemasarannya, sebagaimana dikemukakan oleh Hastry, bahwa:

“Jadi SPG punya ilmu pengetahuan tentang rokok, harga, kandungan dari rokok, cara pembuatan, sampai proses akhir keluar dan dapat dipasarkan”²⁵

Manfaat lain yang didapatkan, diantaranya dapat menikmati uang hasil keringat sendiri, bisa berkenalan dan berkomunikasi dengan orang banyak, bahkan mendapatkan pengalaman berkunjung dan mengetahui ke tempat-tempat yang sebelumnya tidak terbayangkan dapat dikunjungi saat harus mengikuti kegiatan (event) promosi tertentu, sebagaimana pendapat Maisya, bahwa:

“Bisa kenal sama orang banyak, bisa berkomunikasi dengan orang banyak, nambah teman, nambah pengalaman kerja”.²⁶

Mereka juga mengemukakan, bahwa dengan menjadi SPG rokok, menggunakannya sebagai sarana untuk melatih kesabaran, melatih mental, sekaligus mengetahui ranah pekerjaan di kantor kelak bila sudah mendapatkan pekerjaan yang tetap, sebagaimana pendapat Feliani dan Natania, bahwa:

²² Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

²³ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

²⁴ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

²⁵ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

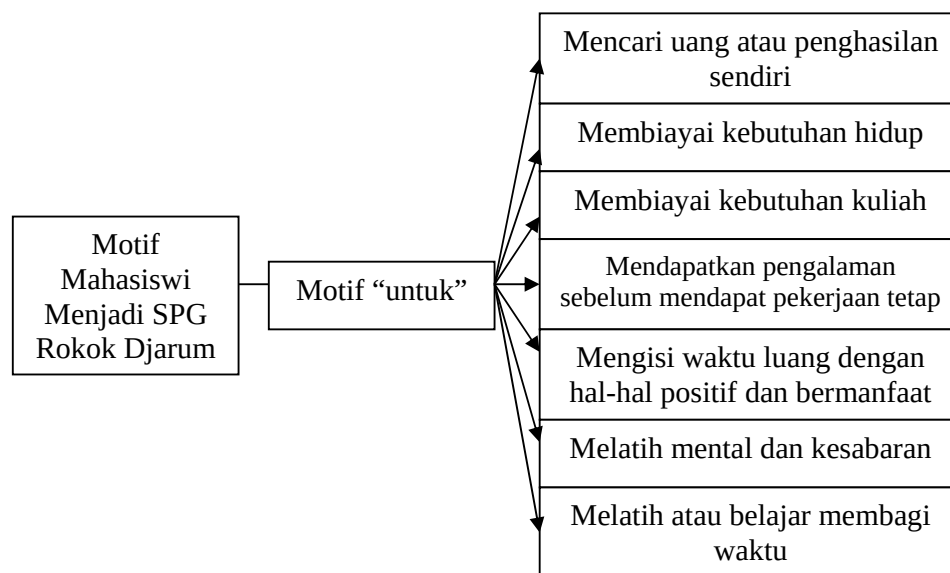
²⁶ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

“Melatih kesabaran, melatih mental, pergi ke tempat-tempat belum pernah dikunjungi, ikut event-event dimana-mana yang kita tidak tahu tempatnya jadi tahu”²⁷

“Dapat uang sendiri hasil keringat sendiri, jadi tahu ranah pekerjaan ranah perkantoran”²⁸

Sementara terkait dengan kriteria, para informan mahasiswi yang menjadi SPG ini rata-rata tidak menjawab secara lisan. Mereka hanya menunjukkan *gesture* tubuh yang mewakili kriteria fisik dan kemampuannya berkomunikasi. Hal ini berarti mereka sudah layak atau memenuhi kriteria SPG rokok yang sudah ditetapkan oleh agensi dan PT Djarum. Penulis juga menilai, mereka memiliki kriteria yang layak, diantaranya fisik yang *good looking* dan terlatih dalam berkomunikasi, sebagaimana hasil observasi yang telah dibahas sebelumnya.

Berdasarkan jawaban para informan, motif “untuk” mahasiswi yang menjadi SPG rokok Djarum dapat diringkaskan sebagaimana gambar model berikut.



Gambar 4.1
Model Motif “untuk” Mahasiswi Menjadi SPG Rokok Djarum

²⁷ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

²⁸ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

2. Motif “karena” atau *because motive*

Tidak terlepas dari tujuan dan alasannya, ketertarikan untuk menjadi SPG rokok PT Djarum berawal dari informasi mengenai tawaran lowongan pekerjaan ini. Informasi ini berasal dari teman yang juga berprofesi sama sebagai SPG rokok melalui media sosial, bahwa PT Djarum membutuhkan beberapa SPG. Pada awalnya mencoba menghubungi agensi, lalu mengikuti seleksi dan ternyata lolos *screening* untuk diterima bekerja sebagai SPG rokok di PT Djarum. Hal ini diungkapkan secara seragam oleh para SPG berikut.

Desi: “awal mengetahui lowongan SPG karena informasi dari teman”²⁹

Feliani: “melalui teman saya SPG di Djarum, ikut *screening* dan diterima kerja”³⁰

Natania: “dari sosmed dan teman saya memberi tahu PT Djarum membutuhkan SPG”³¹

Maisya: “dari teman-teman yang jadi SPG menawarkan jadi SPG, tertarik bekerja sebagai SPG Djarum”³²

Hastri: “mendapat info dari media phone, mendatangi kantor, dan mengikuti seleksi”³³

Para mahasiswi ini rata-rata sudah setahun jalan bekerja sebagai SPG rokok PT Djarum sejak Januari dan awal Pebruari 2018. Ada juga yang sudah bekerja jadi SPG rokok sejak awal tahun 2017. Bahkan ada yang sudah jadi SPG sejak tahun 2015. Hal ini pun dikemukakan secara seragam sebagai berikut.

Desi: “Jadi SPG sejak awal tahun 2017”³⁴

Feliani: “Jadi SPG sejak dua tahun yang lalu, tahun 2015 saya mulai kerja di Djarum”³⁵

Natania: “Jadi SPG udah lama, dari Januari 2018”³⁶

²⁹ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

³⁰ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

³¹ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

³² Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

³³ Hasil wawancara dengan Hastri informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

³⁴ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

³⁵ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

³⁶ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

Maisya: *“Jadi SPG sejak awal 2018 Pebruari”*³⁷

Hastry: *“Jadi SPG sejak tiga tahun yang lalu”*³⁸

Beberapa hal membuat para mahasiswi ini memilih menjadi SPG rokok PT Djarum, bukan produk lain atau rokok dari kompetitor. Alasannya, merasa sudah nyaman karena awal mula menjadi SPG adalah di perusahaan ini.

Pendapat ini dikemukakan oleh Desi, bahwa:

*“Memilih produk Djarum karena awal mulanya saya menjadi SPG Djarum dan lebih nyaman jadi SPG Djarum dibanding dari produk lain”*³⁹

Kebetulan pula produk lain atau kompetitor tidak atau jarang membuka lowongan menjadi SPG atau jarang menggunakan SPG untuk promosi produknya, sebagaimana pendapat Hastry dan Natania, bahwa:

*“Sejak pertama bergabung saya sudah nyaman dan profesional tidak beralih ke kompetitor”*⁴⁰

*“Kebetulan Djarum lagi membuka lowongan pekerjaan untuk jadi SPG, produk lain jarang menggunakan SPG”*⁴¹

Ada pula informan yang beralasan karena jarak kantor PT Djarum lebih dekat ke rumah dibandingkan kantor perusahaan sejenis, sehingga jika berangkat kerja tidak terlalu diburu-buru waktu. Selain itu, mereka merasa betah karena sudah menjadi seperti keluarga, apalagi sering diadakan *event* dari berbagai produk dan jenis rokok Djarum, sebagaimana pendapat Feliani, bahwa:

*“Di Djarum sudah nyaman, jarak dari rumah ke perusahaan lain agak jauh, waktu tidak diburu-buru, seperti keluarga, dan tidak mau pergi dari zona nyaman”*⁴²

³⁷ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

³⁸ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

³⁹ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁴⁰ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

⁴¹ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁴² Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

Kegiatan *event*-nya pun banyak digemari anak muda atau anak kampus (rekan mahasiswa) dan orang dewasa, sehingga tidak terlalu canggung berkomunikasi dengan mereka untuk menawarkan produk secara profesional, sebagaimana pendapat Maisya, bahwa:

“Produk rokok lain jarang ngadain event, kalau Djarum banyak produk, banyak event-nya, banyak digemari kalangan anak kampus, orang-orang dewasa”⁴³

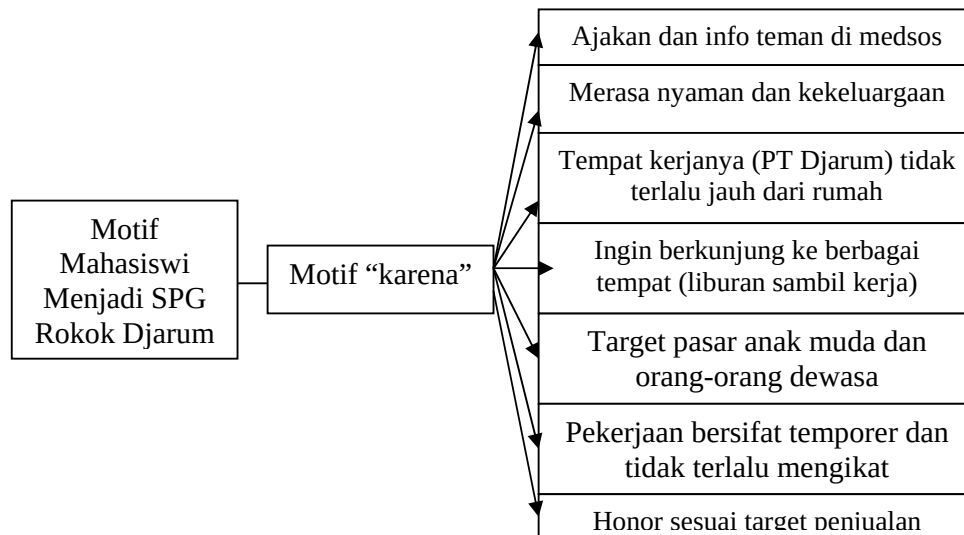
Sementara itu, kesesuaian kontrak kerja sebagai SPG rokok PT Djarum dengan kebutuhan sebagai mahasiswi, para informan tidak bersedia menjawab. Hal ini dapat dipahami bila mengacu pada aturan pekerjaan menjadi SPG yang bersifat temporer dan tidak terlalu mengikat. Menurut koordinator, ikatan hanya ada pada target penjualan dan honor yang didapatkan dalam suatu *event* atau program atau kegiatan. Bila penjualan memenuhi target, berarti honor yang didapatkan cukup memenuhi kebutuhan, dan sebaliknya, honor yang didapatkan pun sedikit.

Para informan juga tidak bersedia menjawab tentang terjadinya benturan jadwal antara menjadi SPG rokok dengan aktivitas kuliah di kampus. Hal ini pun dapat dipahami mengacu pada ketiadaan aturan kerja yang mengikat dalam profesi SPG. Menurut koordinator, bila SPG ikut *event*, lalu mempromosikan dan menjual produk, kemudian dapat honor sesuai target penjualan. Sebaliknya, bila memilih hadir di perkuliahan, koordinator atau agensi juga tidak memberi sanksi apa pun bila tidak mengikuti *event* yang ditentukan, dengan catatan, setelah meminta izin dan dimaklumi oleh agensi atau perusahaan.

⁴³ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

Kondisi ini juga berlaku terhadap kesesuaian antara honor dengan *event* dan kebutuhan. Artinya, ikut *event* ada honor, dan sebaliknya. Hal ini berarti ada keterkaitan antara kontrak kerja, jadwal kuliah, dan honor yang didapatkan dengan pemenuhan kebutuhan. Menurut koordinator, bila mahasiswi melakukan tugas sebagai SPG rokok atau mengikuti *event* pada saat tidak ada kuliah dan penjualan sesuai target, maka akan mendapatkan honor, dan sebaliknya.

Berdasarkan jawaban para informan, motif “karena” mahasiswi yang menjadi SPG rokok Djarum dapat diringkas sebagaimana model berikut.



Gambar 4.2

Model Motif “karena” Mahasiswi Menjadi SPG Rokok Djarum

4.1.4 Pengalaman Mahasiswi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok di PT Djarum Indonesia Kabupaten Garut

Pengalaman pada dasarnya melalui suatu proses, sebagaimana rangsangan-rangsangan dari luar seperti cahaya untuk mata, bunyi untuk telinga, dan bau untuk hidung, melalui alat-alat pengamatan manusia (pancaindra) diteruskan ke pusat-pusat tertentu di dalam otak yang lalu menafsirkan hasil pengamatan.

Hasil penelitian tentang pengalaman mahasiswi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok Djarum menunjukkan, bahwa mereka menganggap profesi sebagai SPG memberi pengalaman berharga untuk menjadi bekal bila kelak mendapatkan pekerjaan tetap dan lebih baik, sebagaimana penjelasan berikut.

Pengalaman pertama yang didapatkan oleh mahasiswi saat menjadi SPG rokok PT Djarum adalah mengetahui adanya lowongan menjadi SPG rokok dari informasi teman di media sosial, terutama yang sedang menjadi SPG rokok. Informasi ini biasanya didapat saat PT Djarum mengadakan beberapa *event*. PT Djarum biasanya menawarkan lowongan menjadi SPG rokok kepada orang-orang yang belum memiliki pekerjaan tetap. Hal ini dikemukakan secara hampir seragam oleh para informan sebagai berikut.

Desi: *“Mengetahui ada lowongan SPG: karena dari satu informasi medsos, dan yang kedua dari informasi teman”*⁴⁴

Feliani: *“salah satunya dari medsos pasti, yang kedua dari teman”*⁴⁵

Natania: *“dari sosmed dari temen yang sama-sama SPG Djarum yang mempublikasikan bahwa Djarum lagi membutuhkan SPG”*⁴⁶

Maisya: *“saat itu Djarum sedang banyak event, lalu teman memberi tahu membutuhkan SPG untuk orang-orang yang belum ada kegiatan, lalu ditawarkan, dan jadi SPG”*⁴⁷

Hastry: *“ada lowongan SPG dari satu informasi medsos, dan yang kedua dari informasi teman”*⁴⁸

Para informan menyampaikan, bahwa menjadi SPG rokok adalah pengalaman saat dapat uang sendiri yang cukup untuk memenuhi kebutuhan mahasiswi, meski cape dan pegel jalan kaki, sebagaimana pendapat Desi, bahwa:

*“Faktor tertarik menjadi SPG Djarum: karena fee nya terbilang cukup untuk memenuhi kebutuhan saya”*⁴⁹

⁴⁴ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁴⁵ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁴⁶ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁴⁷ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁴⁸ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

Pengalaman lain adalah ketika bisa mengikuti *event* besar di beberapa tempat yang dianggap sebagai momen bekerja sambil liburan. Hal ini karena bisa berkesempatan jumpa dengan beberapa artis atau kenalan baru, serta silaturahmi dan berinteraksi dengan orang-orang (masyarakat) yang sebelumnya tidak dikenal di beberapa tempat yang baru dikunjungi, sebagaimana pendapat Feliani, bahwa:

“saya tertarik bekerja di Djarum itu, Djarum mengadakan event dimana-mana, jadi bekerja sambil liburan, terus menghadiri event-event besar, menjalin silaturahmi dengan banyak orang, terus menjumpai artis-artis dan bertemu dengan artis-artis”⁵⁰

Meskipun tidak setiap hari harus bekerja, menjadi SPG rokok juga mengajarkan pengalaman untuk pandai membagi waktu, khususnya antara bekerja dengan kuliah. Hal ini dikemukakan oleh Natania, Maisya, dan Hastry berikut.

“yang pertama, kalau jadi SPG itu tidak kerja ontime dari senin-sabtu, kita kerja tidak setiap hari, karena latarbelakang sebagai mahasiswi, otomatis kita dipadatin waktu antara bisa membagi kerja antara kerja dan kuliah”⁵¹

“kebetulan saya sedang ada kegiatan, ingin mempunyai penghasilan sendiri, SPG kerjanya pas ada acara-acara event”⁵²

“tidak full setiap hari, jadi sambil nerusin kuliah, banyak berinteraksi dengan orang lain, banyak kenalan juga”⁵³

Menjadi SPG rokok Djarum juga memberikan pengalaman suka dan duka bagi mahasiswi. Momen yang disukai adalah ketika mengikuti *event-event* besar, mendapatkan banyak teman dan relasi, bersilaturahmi, kekeluargaan, dan tentu saja bisa menghasilkan uang dengan keringat sendiri untuk sekedar uang jajan ketika sukses menjalankan suatu program. Menjadi SPG rokok juga tidak harus bekerja penuh setiap hari, hanya waktu-waktu tertentu saja kalau ada *event-event*.

⁴⁹ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁵⁰ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁵¹ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁵² Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁵³ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

Jadi banyak waktu liburnya, meskipun setiap saat harus siap melaksanakan program, dan tidak boleh menolak karena jadwal *event* sering bersifat mendadak.

Pendapat ini dikemukakan oleh semua informan sebagai berikut.

Desi: *“Suka-duka SPG: kayanya menjadi seorang SPG banyak pengalaman menarik menyenangkan, banyak teman juga dan banyak relasi”*⁵⁴

Feliani: *“Sukanya menjalin silaturahmi, sering menemukan program event-event yang besar, terus sukses menjalankan sebuah program. banyak pengalaman, banyak silaturahmi, sudah seperti keluarga, tidak harus bekerja terus, ada beberapa kali libur kerja, sampai seminggu pun pernah juga, cuma kalau dari waktu-waktu tertentu ketika banyak program kita harus bisa bekerja, tidak boleh menolak pekerjaan.”*⁵⁵

Natania: *“sukanya, menghasilkan uang sendiri, dari hasil keringat sendiri”*⁵⁶

Maisya: *“sukanya menghasilkan uang sendiri, ada buat jajan”*⁵⁷

Hastry: *“sukanya bisa menghasilkan uang sendiri, lumayan ada buat jajan”*⁵⁸

Sementara itu, momen yang cukup menyedihkan adalah saat harus rela berpanas-panasan dengan jalan kaki yang cukup jauh karena pakaian dan sepatu yang dikenakan cukup membuat kerepotan, sebagaimana pendapat Desi, bahwa:

*“dukanya menjadi seorang SPG itu harus rela panas-panasan dengan jarak yang begitu jauh”*⁵⁹

Momen ini makin memilukan saat suatu program harus menghadirkan banyak konsumen, ternyata sedikit konsumen yang hadir, tetapi harus mengikuti seluruh sesi kegiatan sampai selesai. Pengalaman pahit juga pernah didapatkan di lapangan saat tidak sedikit konsumen yang memperlakukan SPG semena-mena, memandang sebelah mata, terkadang sedikit nakal dan genit menggoda para SPG.

⁵⁴ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁵⁵ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

⁵⁹ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

Bahkan ada juga yang mengomeli, padahal sikap dan perilaku SPG sudah dibuat sesopan mungkin. Dari sini, para SPG rokok mendapatkan pelajaran berharga tentang sikap sabar menghadapi konsumen dengan berbagai karakter dan latar belakang. Mereka juga diajarkan untuk menolak dan menjelaskan secara halus dan sopan status sebagai SPG kepada konsumen yang berperilaku negatif. Pendapat ini dikemukakan secara beragam oleh empat informan, yaitu sebagai berikut.

Feliani: “dukanya saat nyari konsumen menjalankan program yang harus mendatangkan beberapa konsumen, tapi konsumen tidak datang, kita lebih banyak bertemu dengan orang-orang yang berbeda karakter dan kita harus berusaha sabar apalagi di suatu kondisi konsumen tidak bisa menghargai kita, dan dari situ harus bisa kita bisa menolak secara halus kepada konsumen dalam bentuk apapun itu, membatasi diri tidak berlebihan.”⁶⁰

Natania: “dukanya, pas kita terjun di lapangan, banyak konsumen memperlakukan SPG semena-mena, memandang SPG itu rendah tidak menghargai kita sebagai SPG, memandang sebelah mata sebagai SPG”⁶¹

Maisya: “dukanya saat menghadapi konsumen yang genit, karena SPG pakaiannya sronok, terus SPG dipandang sebelah mata sama konsumen”⁶²

Hastri: “dukanya ketika kita mencoba menawarkan produk ke salah satu konsumen dan ternyata konsumen malah berbalik mencaci padahal kita padahal kita sudah lebih baik, terus perilaku konsumen yang berlebihan yang negatif, dukanya sih seperti itu yang kita coba menerima, mencoba sabar, dari waktu juga kalau ada event-event juga kita harus menunggu sampai event selesai, bahkan sampai subuh pun pernah seperti itu.”⁶³

Berkaitan dengan produk nonrokok atau produk rokok dari perusahaan lain, informan mengaku tidak mengetahui perbedaannya. Hal ini karena rata-rata informan menjadi SPG untuk pertama kalinya untuk mempromosikan rokok Djarum. Mereka belum pernah menjadi SPG produk nonrokok atau produk rokok dari perusahaan lain, sebagaimana pendapat yang seragam dari informan berikut.

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁶¹ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁶² Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁶³ Hasil wawancara dengan Hastri informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

Desi: *“Perbedaan dengan SPG produk lain: untuk jadi SPG produk lain belum pernah, jadi tidak tahu perbedaannya”*⁶⁴

Feliani: *“saya kebetulan belum pernah bekerja sebagai SPG di produk lain, saya cuma di produk rokok saja.”*⁶⁵

Natania: *“produk non rokok belum pernah, karena pengalaman kerja pertama adalah sebagai SPG rokok”*⁶⁶

Maisya: *“belum tahu, karena pengalaman pertama kerja jadi SPG rokok di produk Djarum”*⁶⁷

Hastry: *“belum pernah kerja di tempat lain”*⁶⁸

Selama menjadi SPG rokok Djarum, informan kesulitan saat dikejar target penjualan, apalagi beda koordinator, beda juga kebijakan (honor dan target jual).

Pendapat ini dikemukakan oleh Desi, bahwa:

*“Kesulitan dan ketidaksukaan: karena harus kerja target dan ketidaksukaannya karena beda atasan beda aturan”*⁶⁹

Mereka juga tidak suka jika harus bangun dinihari atau kerja sampai larut malam, apalagi harus berangkat dan pulang sendiri (tidak diantar-jemput agensi), ditambah sepi konsumen, tetap harus sabar dilakukan karena sudah menjadi risiko pekerjaan, sebagaimana pendapat Feliani, Maisya, Natania, dan Hastry berikut.

*“ketidaksukaannya saat ada program ke pasar-pasar, harus bangun pagi, berangkat ke kantor posisi malam, kondisi yang tidak meyakinkan, dan tidak dijemput, harus bisa berangkat sendiri”*⁷⁰

*“saat menghadapi konsumen harus bener-bener penuh kesabaran, harus siap setiap waktu”*⁷¹

*“kalau jadi SPG kita harus siap kerja tidak boleh tidak kalau besok harus kerja yang kerja tidak boleh tidak”*⁷²

*“saat menghadapi konsumen yang genit, tidak menghargai kita sebagai SPG, konsumen sepi, omzet tidak tercapai”*⁷³

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁶⁶ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁶⁸ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁷¹ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁷² Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁷³ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

Penerapan metode promosi oleh SPG rokok Djarum dilakukan secara persuasif. Metode ini melalui penawaran produk dan membujuk konsumen secara baik-baik agar tertarik membeli produk, sebagaimana pendapat Desi, bahwa:

“Proses penerapan metode promosi untuk konsumen dengan cara metode persuasif menawarkan dan membujuk konsumen secara baik-baik”⁷⁴

Untuk itu, dibutuhkan kemampuan komunikasi (komunikator) yang jelas serta konsumen (komunikan) yang jelas pula agar penjelasan produk yang disampaikan berjalan efektif, sebagaimana pendapat Feliani, bahwa:

“pasti komunikasi yang harus jelas, konsumennya juga harus jelas, terus harus menguasai suatu produk itu harus benar-bener paham, dan kita juga mengeluarkan bandling kalau membeli dua bungkus itu memberi merchandise, seperti bensin ada gantungan kunci seperti itu”⁷⁵

Para SPG sebelumnya harus menguasai dulu segala hal tentang produk. Metode ini bisa juga dengan diterapkan dengan memberikan hadiah *merchandise*, seperti korek api atau gantungan kunci bagi konsumen yang membeli lebih dari satu bungkus. Intinya, metode ini persuasif sangat mengapresiasi konsumen.

Pendapat di atas dikemukakan oleh Natania, Maisya, dan Hastry berikut.

“kita memperlakukan baik konsumen, kita ramah sama lingkungan luar, kita bisa berperilaku ramah”⁷⁶

“harus ramah kepada konsumen”⁷⁷

“harus membujuk konsumen agar tertarik produk kita dari Djarum”⁷⁸

Berkaitan dengan sisi kesehatan, para SPG rokok Djarum mengetahui, bahwa produk rokok yang ditawarkan membahayakan kesehatan pemakainya.

Namun para SPG rokok ini tetap menunjukkan sikap profesional dan inspiratif.

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

Mereka beranggapan, tugasnya hanya mempromosikan produk, meski terkadang juga memberi penjelasan tentang pengaruh buruk dari rokok, khususnya kepada yang tidak merokok, sebagaimana pendapat Feliani, bahwa:

“ya saya mengetahui rokok itu sangat berbahaya merugikan kesehatan, saya mengetahui rokok itu berbahaya, saya kan menjual rokok buat orang-orang yang merokok, dan tidak menjual dan memaksakan menjual kepada orang-orang yang tidak merokok kita suruh merokok gitu loh”⁷⁹

Mereka menganggap, rokok sudah jadi rahasia umum. Konsumen sendiri sudah tahu tentang bahaya rokok bagi kesehatannya. SPG rokok berprinsip hanya menawarkan rokok pada orang-orang yang merokok, dan tidak menawarkan atau menjual atau memaksa membeli kepada orang-orang yang bukan perokok, sebagaimana pendapat Desi, Natania, Maisya, dan Hastry berikut.

Desi: *“Rokok membahayakan kesehatan: mengetahui bahwa produk yang saya promosikan itu membahayakan kesehatan dan itu sudah menjadi rahasia umum”⁸⁰*

Natania: *“ya saya mengetahui, bahwa produk yang saya promosikan membahayakan bagi kesehatan”⁸¹*

Maisya: *“saya mengetahui rokok membahayakan, tetapi pekerjaan sebagai SPG saya hanya mempromosikan produk rokok saja, karena tuntutan saya sebagai SPG untuk total menawarkan produk kepada konsumen”⁸²*

Hastry: *“saya tahu, tapi saya hanya menawarkan dan menjual rokok”⁸³*

Para informan menyatakan, meskipun rokok membahayakan kesehatan, mereka akan tetap menjadi SPG rokok sebelum menemukan pekerjaan lebih baik. Mereka akan tetap profesional sesuai tuntutan profesi, yaitu hanya menawarkan dan menjual rokok kepada perokok. Hal ini secara hampir seragam dikemukakan oleh para informan berikut.

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁸¹ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁸² Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁸³ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

Desi: *“akan tetap jadi SPG, kalau saya sudah menemukan pekerjaan yang lebih baik, nyaman dan cocok, saya akan resign dari SPG rokok ini”*⁸⁴

Feliani: *“saya akan tetap jadi SPG karena itu mata pencaharian saya.”*⁸⁵

Natania: *“ya saya tetap menjadi SPG karena tuntutan pekerjaan saya sebagai SPG rokok, mempromosikan produk dari perusahaan, dan kalau ada konsumen yang tidak merokok saya tidak menawarkan, kecuali konsumennya ingin membeli, kenapa tidak, itu tuntutan pekerjaan saya”*⁸⁶

Maisya: *“saya tetap jadi SPG sampai dapat pekerjaan yang lebih baik”*⁸⁷

Hastry: *“saya akan tetap, sebelum dapat kerjaan lain yang lebih baik”*⁸⁸

Meskipun menawarkan produk rokok yang membahayakan kesehatan, sebagai risiko pekerjaan, para SPG tetap berharap konsumen dapat mengurangi atau berhenti jadi perokok, sebagaimana pendapat Desi dan Feliani berikut.

*“Harapan kepada konsumen: risiko pekerjaan saya di sisi lain saya profesional menjadi seorang SPG”*⁸⁹

*“sesuai dan setia dengan produk kami, cuma harapan kita buat orang-orang yang merokok mungkin harapan kita bisa mengurangi sedikit demi sedikit dan lebih baik”*⁹⁰

Kepada konsumen yang merokok Djarum, para SPG berharap agar mereka setia pada rokok Djarum dan tidak merokok produk rokok lain. Adapun kepada orang yang tidak merokok, para SPG ini juga menyimpan harapan agar mereka tetap tidak merokok, sebagaimana pendapat Natania, Maisya, dan Hastry berikut.

Natania: *“karena tuntutan dari perusahaan dan pekerjaan saya sebagai SPG rokok, kalau konsumen itu perokok, diharapkan tetap setia merokok produk Djarum, kalau konsumennya tidak merokok, mudah-mudahan konsumen tersebut tidak merokok”*⁹¹

Maisya: *“agar konsumennya setia pada produk Djarum dan tidak merokok produk lain, dan agar produk Djarum omzetnya meningkat”*⁹²

Hastry: *“paling saya memperingatkan bahayanya”*⁹³

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁹¹ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁹² Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁹³ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

Berdasarkan jawaban informan, pengalaman menjadi SPG rokok Djarum, menurut para mahasiswi sangat beragam, meskipun ada beberapa diantaranya yang memaknai serupa. Pengalaman menjadi SPG rokok menurut mahasiswi dapat diringkas sebagaimana digambarkan dalam model berikut.



Gambar 4.3
Model Pengalaman Mahasiswi Menjadi SPG Rokok Djarum

4.1.5 Makna Mahasiswi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok di PT Djarum Indonesia Kabupaten Garut

Makna merupakan aspek komunikasi yang tidak terlihat. Selama ini model-model komunikasi berasumsi bahwa komunikasi merupakan pengiriman pesan dari A ke B sehingga perhatian utama seseorang berpusat pada medium, saluran pengirim, penerima, gangguan, dan umpan balik, dimana istilah istilah tersebut terkait dengan proses pengiriman pesan. Padahal komunikasi juga sebagai penghasil makna.

Hasil penelitian tentang makna mahasiswi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok Djarum menunjukkan, bahwa mereka menganggap profesi sebagai SPG memiliki beberapa makna yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

Menurut informan, profesi sebagai SPG rokok Djarum tidak ada hubungannya dengan statusnya sebagai mahasiswi. Artinya, tidak ada makna khusus. Mereka hanya beranggapan, bahwa sah-sah saja sebagai mahasiswi mencari penghasilan sendiri untuk membantu pengeluaran atau biaya kuliahnya dengan menjadi SPG. Pendapat ini dikemukakan oleh Desi dan Hastry, bahwa:

*“Makna SPG dengan status mahasiswi: tidak ada hubungannya pekerjaan saya dengan mahasiswi”*⁹⁴

*“Tidak ada makna khusus, saya hanya dapat mencari penghasilan untuk membantu pengeluaran saya selama menjadi mahasiswi”*⁹⁵

Bagi mereka, yang penting adalah bisa mengatur waktu dan memanfaatkan jeda perkuliahan dengan bekerja menjadi SPG atau kuliah sambil kerja untuk menambah pengalaman, sebagaimana pendapat Natania, bahwa:

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

“pertama, maknanya saya bisa mengatur waktu, bagaimana mengatur waktu sedangkan status kita kuliah dengan jadwal yang padat, maknanya kuliah sambil kerja”⁹⁶

Selain itu, juga bermakna sekaligus belajar mencari penghasilan sendiri untuk biaya menyelesaikan kuliah dan membantu meringankan beban orang tua, sebagaimana dikemukakan oleh Feliani dan Maisya, bahwa:

“sangat berarti, bisa membantu perkuliahan, dan di saat waktu luang dimanfaatkan untuk bekerja, biar buat tambah-tambah seperti itu”⁹⁷
“punya pengalaman sendiri, bisa bagi waktu kuliah sambil kerja, belajar cari penghasilan sendiri, bisa bantu orang tua buat beresin kuliah”⁹⁸

Berkaitan dengan profesinya sebagai SPG rokok PT Djarum, tanpa mengungkapkan sisi negatif mengkonsumsi rokok, informan menganggap promosi rokok lebih mudah karena rokok sudah menjadi salah satu kebutuhan primer bagi sebagian masyarakat, baik pria dan wanita, sebagaimana dikemukakan oleh Desi, bahwa:

“Makna promosi rokok dengan nonrokok Djarum: rokok sudah menjadi salah satu kebutuhan primer di masyarakat, terutama kaum pria, dan tidak sedikit kaum wanita”⁹⁹

Adapun terkait dengan produk rokok PT Djarum, informan menganggap, konsumen rokok Djarum dari berbagai usia lebih banyak ditemui dibandingkan produk rokok dari perusahaan lain. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Feliani, bahwa:

“karena produk yang itu lebih banyak ditemui, orang-orang lebih banyak merokok Djarum itu sendiri, dari usia muda sampai usia tua dibanding produk lain, dan udah pada tahu juga”¹⁰⁰

⁹⁶ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁹⁷ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

⁹⁸ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

Sementara dari sisi promosi produk, informan menganggap lowongan kerja jadi SPG rokok lebih banyak diminati dan lebih banyak kesempatannya dibanding produk nonrokok, sebagaimana dikemukakan oleh Natania dan Maisya:

“maknanya karena SPG rokok itu lebih diminati, lebih banyak lowongannya dibanding produk lain yang non rokok, dan produk lain nonrokok jarang yang menggunakan SPG sebagai sales promosi produknya”¹⁰¹

“kalau banyak orang-orang perokok, kalau promosi yang lain karena mempromosikan rokok jarang-jarang ada, produk rokok lebih dominan mempekerjakan SPG dibandingkan produk lain”¹⁰²

Informan juga menganggap, bahwa jadi SPG rokok memberi informasi tentang sisi positif dan negatif dari rokok, sebagaimana pendapat Hastry, bahwa:

“dapat memberi informasi tentang rokok, kelebihanannya, dan menjawab pertanyaan masyarakat perokok yang mungkin tidak tahu produk Djarum”¹⁰³

Para SPG rokok PT Djarum menganggap, bahwa promosi yang dilakukan oleh mereka bermanfaat bagi konsumen yang belum tahu produk terbaru menjadi tahu dan lebih banyak diminati. Hal ini dikemukakan oleh Desi dan Hastry, bahwa:

“Makna mempromosikan produk: yang tadinya tidak tahu menjadi tahu, dan lebih bagusnya produk yang saya promosikan lebih banyak diminati”¹⁰⁴

“berbagi ilmu, pengetahuan, dan produk baru yang mungkin belum dikenal banyak orang/masyarakat”¹⁰⁵

Mereka juga jadi mengetahui, segmen yang sesuai dengan produk rokok yang ditawarkan, sebagaimana pendapat Feliani, bahwa:

“jadi tahu produk itu seperti apa, terus cocoknya untuk siapa”¹⁰⁶

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

¹⁰² Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

¹⁰³ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

¹⁰⁵ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

Para SPG rokok PT Djarum juga memiliki anggapan, bahwa mereka bangga, karena dipercaya untuk mempromosikan produk rokok dari perusahaan tersebut, apalagi bila omzetnya terus meningkat, sebagaimana pendapat Natania:

“jadi kebanggaan kita bekerja di tempat situ terus, dipercaya untuk mempromosikan produk perusahaan tersebut, terus perusahaan omzetnya tetap, terus kita sebagai SPG dipercaya untuk mempromosikan produknya”¹⁰⁷

Selain itu, mereka juga berusaha merealisasikan target omzet perusahaan, dengan harapan mendapatkan honor dan posisi yang lebih baik dari pekerjaannya.

Hal ini dikemukakan oleh Maisya, bahwa:

“untuk menaikkan target perusahaan, menaikkan omzet dari SPG, agar SPG mendapatkan posisi yang terbaik di kantor”¹⁰⁸

Bekerja sebagai SPG rokok PT Djarum menambah ilmu pengetahuan mahasiswa tentang metode-metode promosi yang efektif. Menurut Desi:

“Metode promosi yang paling efektif adalah metode persuasif dalam mempromosikan produk”¹⁰⁹

Metode ini bisa diterapkan secara santai dan *fun*, ramah, penuh senyum dan sapa, sebagaimana pendapat Hastry, bahwa:

“metode promosi dilakukan dengan metode senyum, sapa dan ramah, menjelaskan produk, menawarkan, berterima kasih dan pamit”¹¹⁰

Metode ini adalah diawali dengan mendata segmen pasar yang sesuai dengan produk yang dipromosikan, termasuk konsumen rokok di luar produk PT Djarum. Menurut Feliani, alternatif produk yang ditawarkan harus lebih banyak. Produk Djarum MLD, tipe *light* atau *mild* banyak ditawarkan kepada anak muda.

¹⁰⁶ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 18.30 WIB)

¹⁰⁷ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

¹⁰⁸ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

¹⁰⁹ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

¹¹⁰ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

Sedangkan Djarum Super dan Djarum Coklat ditawarkan kepada orang tua, dengan pendapat sebagai berikut.

“tidak hanya satu brand, ada Djarum MLD, MLD hitam black series, Djarum Coklat light, membawa Djarum MLD ke anak muda, Djarum Coklat ke orang tua, jadi ada tujuan juga tidak asal menjual barang ke konsumen aja, sistem SPG itu mendata, jadi lebih tahu konsumen mana yang merokok selain Djarum, yang lebih diminati selain Djarum, tahu rokok mana yang lebih terjual selain Djarum”¹¹¹

Semua dilakukan melalui pertemuan dan pengenalan langsung dengan konsumen. Interaksi dan tanya-jawab dengan konsumen juga dilakukan tentang jenis rokok yang disukai selama ini. Bila ada konsumen yang biasanya mengkonsumsi rokok bukan produk PT Djarum, maka SPG berusaha untuk menjelaskan kelebihan rokok produk PT Djarum, hingga konsumen terbujuk untuk membeli. Setelah semua tuntas berjalan sesuai rencana dan target, acara diakhiri dengan pamitan dan ucapan terima kasih.

Pendapat ini dikemukakan oleh dua informan, yaitu Natania dan Maisya, bahwa:

“yang biasa dipakai di lapangan, yaitu yang pertama pengenalan kalau saya itu dari SPG itu bla bla, terus ditanya kalau misalkan si perokoknya konsumen merokok apa, kalau di lain produk Djarum, kita tawarkan produk Djarum, sampai interaksi sampai konsumen membeli produk yang ditawarkan”¹¹²

“ketemu konsumen di lapangan, memperkenalkan diri, menanya konsumen merokoknya apa, kalau konsumen dari rokok selain Djarum kita menawarkan produk Djarum, lalu kita interaksi obrolan sampai konsumen tertarik rokok kita”¹¹³

Penggunaan metode promosi oleh SPG rokok Djarum merupakan salah satu upaya untuk membujuk konsumen agar membeli produk yang ditawarkan.

¹¹¹ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

¹¹² Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

¹¹³ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

Menurut informan, promosi tersebut diantaranya dilakukan melalui program apresiasi konsumen dengan memberikan hadiah *merchandise*, mengikutsertakan konsumen ke *event* musik atau *touring* ke luar negeri untuk tipe produk tertentu, sebagaimana pendapat Desi dan Feliani, bahwa:

“Makna metode promosi yang dilakukan: agar si konsumen terbuju dan berminat membeli produk”¹¹⁴

“Ada program apresiasi konsumen yang sering merokok Djarum, terutama dari MLD, memberikan hadiah merchandise, berangkat ke even-even (musik, tour luar negeri), tapi program itu hanya berlaku dalam beberapa brand, contoh MLD, LA Bold, Djarum Super, jadi tidak semua konsumen, misalkan konsumen ini Djarum Super dibawa konsumen ini ke program MLD, itu tidak bisa, khusus brand tertentu kalau misalkan Djarum Super dimasukkan ke Djarum Super juga. Makna metode, kita jadi tahu strategi perusahaan itu seperti apa, terus jadi tahu bagaimana menjalankan sebuah program dari PT Djarum yang diserahkan ke SPG dan banyak banget maknanya”¹¹⁵

Dengan menjadi SPG rokok, jadi mengetahui tentang strategi pemasaran, cara menghargai dan menghadapi konsumen secara sopan dan beretika, serta berkomunikasi yang baik dengan konsumen dari berbagai latar belakang usia, yang bisa jadi awalnya belum tahu produk yang ditawarkan menjadi tahu dan membelinya. Pendapat ini dikemukakan oleh Natania, Maisya, dan Hastry, bahwa:

“kita bisa menghargai konsumen seperti apa, menghadapi konsumen yang belum tahu tentang produk Djarum kita jelaskan”¹¹⁶

“metodenya lebih sopan santun sama konsumen, lebih menjaga etika saat kita di lapangan untuk menawarkan produk kepada konsumen”¹¹⁷

“dapat mengetahui etika, tata cara berbicara yang baik dan benar dan berbicara dengan yang berbeda usia”¹¹⁸

Profesi menjadi SPG rokok Djarum juga memberi kesan tersendiri bagi mahasiswi. Mereka bisa mengetahui makna berbagai atribut dalam logo produk.

¹¹⁴ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

¹¹⁵ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

¹¹⁶ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

¹¹⁷ Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

¹¹⁸ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)

Logo produk ini terdapat dalam setiap kemasan produk rokok. Menurut mereka, logo lingkaran dan jarum menunjukkan, bahwa Djarum sangat kokoh dan memiliki ketidakterbatasan sebagai perusahaan rokok yang ingin menguasai industri rokok di seluruh dunia. Sedangkan logo peringatan, bukan untuk menakut-nakuti para perokok, tetapi hanya untuk mengingatkan tentang bahaya merokok bagi kesehatan.

Jawaban ini secara seragam dikemukakan oleh informan, kecuali Hastry yang melihatnya dari logo atau gambar peringatan bahaya merokok bagi perokok sebagai berikut.

Desi: *“melambangkan kekuatan dan keinginan menguasai produk rokok”*¹¹⁹

Feliani: *“yang dilihat kan ada lingkaran sama di tengahnya ada jarum, kalau lingkaran itu melambangkan sebuah kekokohan, mungkin Djarum ingin menguasai industri rokok di seluruh dunia”*¹²⁰

Natania: *“melambangkan kekokohan dan ketidakterbatasan yang memiliki arti, bahwa PT Djarum ingin menguasai industri rokok di seluruh dunia”*¹²¹

Maisya: *“melambangkan kekokohan dan ketidakterbatasan yang memiliki arti, bahwa Djarum ingin menguasai industri rokok di seluruh dunia”*¹²²

Hastry: *“efek pecandu, bukan berarti menakut-nakuti, tetapi hanya mengingatkan kepada setiap perokok khususnya”*¹²³

Berdasarkan jawaban para informan, makna menjadi SPG rokok Djarum, menurut para mahasiswi yang jadi informan, sangat beragam, meskipun ada beberapa diantaranya yang memaknai serupa. Secara keseluruhan, makna menjadi SPG rokok menurut mahasiswi dapat diringkas sebagaimana digambarkan dalam model berikut.

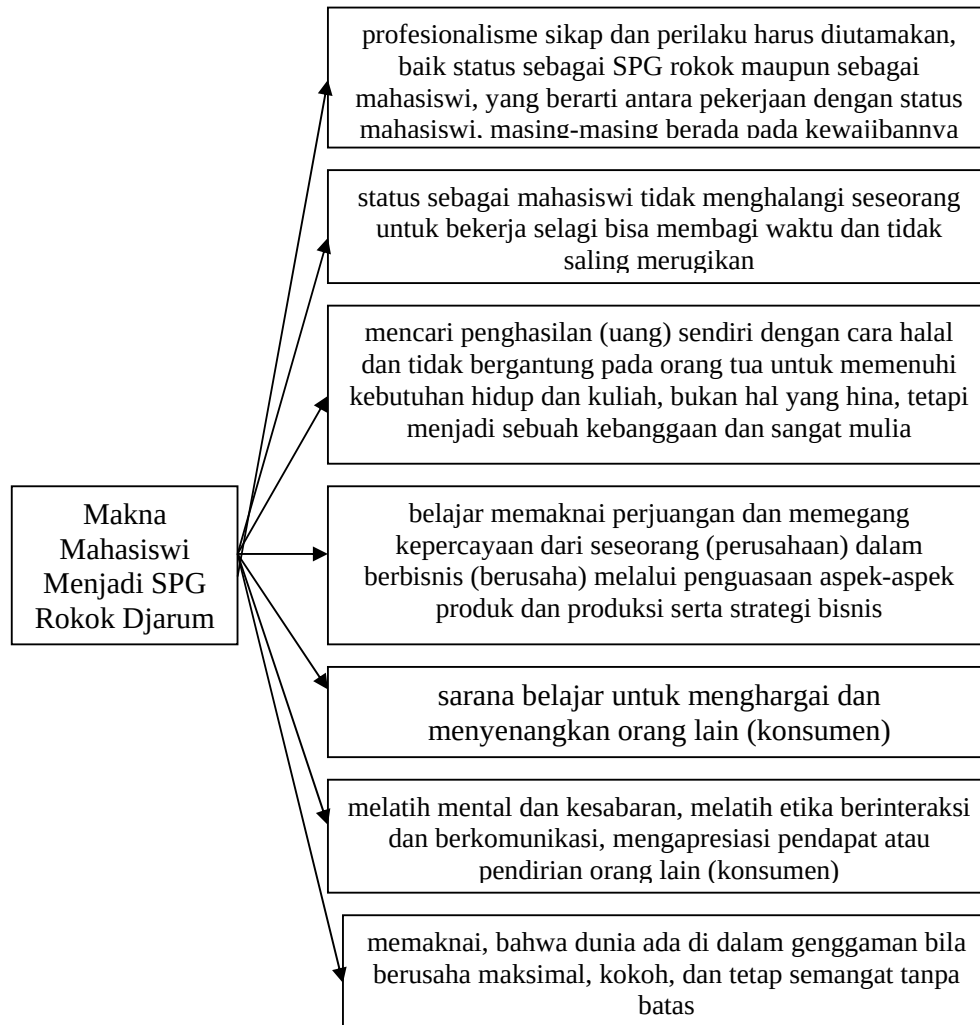
¹¹⁹ Hasil wawancara dengan Desi informan 1 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

¹²⁰ Hasil wawancara dengan Feliani informan 2 (31 Maret 2019 pukul 19.00 WIB)

¹²¹ Hasil wawancara dengan Natania informan 3 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

¹²² Hasil wawancara dengan Maisya informan 4 (20 Februari 2019 pukul 16.00 WIB)

¹²³ Hasil wawancara dengan Hastry informan 5 (1 April 2019 pukul 18.30 WIB)



Gambar 4.4
Model Makna Mahasiswi Menjadi SPG Rokok Djarum

4.2 Triangulasi Sumber

Triangulasi dilakukan untuk memenuhi unsur objektivitas, kredibilitas, dan validitas data yang disimpulkan dari para informan. Hal ini dilakukan terhadap dua narasumber melalui *check and recheck* data yang didapatkan dari hasil wawancara dengan informan. Adapun dua narasumber tersebut sebagai berikut;

Tabel 4.3
Narasumber Triangulasi Data

No.	Nama	Jabatan	Usia	Keterangan
1	Wawan	Manajer HRD CWS	38 tahun	Narasumber 1
2	Iqbal N.	Koordinator SPG	24 tahun	Narasumber 2

Sumber: Hasil olah data peneliti tahun 2019

Tujuannya untuk mensinkronkan data dari dua sumber, yaitu informan dan narasumber, dengan penjelasan sebagai berikut.

4.2.1 Triangulasi kepada Narasumber Pertama

Peneliti melakukan triangulasi pertama terhadap Wawan manajer CWS Agensi yang menyediakan SPG rokok PT Djarum Indonesia Kabupaten Garut sebagai narasumber pertama. Menurut Wawan, dari sisi perusahaan, motif seorang SPG rokok Djarum adalah lebih ke daya tarik oleh konsumen langsung untuk *awareness* tentang produk baru, bila cocok dilanjutkan. Hal ini sesuai dengan kriteria yang harus dipenuhi untuk menjadi seorang SPG, diantaranya menarik dan postur proporsional, memiliki attitude yang baik, sopan, dan beretika, serta yang paling penting memiliki kemampuan komunikasi yang baik.

Sedangkan maknanya, mempermudah pengetahuan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini sejalan dengan tujuan perusahaan, bahwa produk yang dihasilkan harus segera dikenal oleh konsumen. Artinya, dengan melibatkan SPG yang ditugaskan untuk mempromosikan produk, informasi tentang produk tersebut lebih cepat sampai kepada konsumen dan konsumen segera dapat mempertimbangkan dan kemudian mengambil keputusan untuk membelinya.

Adapun pengalamannya adalah memberikan pembinaan bekal masa depan para SPG. Hal ini sejalan dengan konsep pembinaan karir PT Djarum Indonesia.

Pembinaan tersebut diantaranya setiap pegawai, termasuk para SPG, yang direkrut untuk mempromosikan produk yang dihasilkan perusahaan, harus terus memiliki kemampuan promosi atau komunikasi yang terus berkembang, karena produk berikutnya yang akan dihasilkan membutuhkan kemampuan komunikasi promosi yang lebih baik lagi. Hal ini mengingat, persaingan dengan produsen rokok lain dari hari ke hari semakin ketat, sehingga membutuhkan SPG yang lebih siap.

4.2.2 Triangulasi kepada Narasumber Kedua

Triangulasi kedua dilakukan terhadap Iqbal, Koordinator SPG rokok PT Djarum Garut sebagai narasumber kedua. Menurut Iqbal, dari sisi agensi, motif seorang SPG rokok adalah karena SPG lebih memiliki daya tarik konsumen dibandingkan SPB, karena yang merokok kebanyakan laki-laki. Hal ini karena perempuan (mahasiswi) bisa memberi sugesti yang baik dalam membujuk calon konsumen, yang kebanyakan laki-laki, untuk membeli produk yang ditawarkan.

Sementara maknanya, sangat penting sebagai ujung tombak promosi langsung ke konsumen. Hal ini mengacu pada tugas seorang SPG yaitu memberi informasi tentang produk, menjelaskan kelebihan produk, membujuk calon konsumen untuk membeli produk, hingga memberi apresiasi kepada konsumen yang telah memberi produk. Selain itu, tugas seorang SPG adalah sebagai pelaku pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan produk.

Adapun pengalamannya adalah memberikan pembinaan kemampuan komunikasi dan belajar menjalin kekeluargaan dan keakraban dengan berbagai pihak. Hal ini sejalan dengan konsep kerja agensi, yaitu memberi kesempatan kepada siapa saja yang berminat untuk menjadi SPG dengan berbagai kriterianya.

Pembinaan karir dan kompetensi yang dilakukan oleh PT Djarum terutama dalam meningkatkan kemampuan SPG saat berkomunikasi, serta berperilaku dan menunjukkan *attitude* yang baik, sopan, dan beretika. Pembinaan yang dijadikan pembekalan seorang SPG juga meliputi ujian kesabaran pada saat mendapatkan hal-hal yang kurang mengesankan dari konsumen.

Secara keseluruhan, hasil triangulasi dari kedua narasumber digambarkan dalam model sebagaimana bagan berikut.



Gambar 4.5
Model Triangulasi Sumber Makna Peran Mahasiswi sebagai SPG Rokok PT Djarum Indonesia Kabupaten Garut

4.3 Pembahasan

4.3.1 Motif Mahasiswi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok di PT Djarum Indonesia Kabupaten Garut

Hasil analisis tentang motif mahasiswi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok Djarum menunjukkan, bahwa motif yang mendorong mereka ada dua, sebagaimana pendapat Schutz, yakni “motif ‘untuk’ dan motif ‘karena’.”

1. Motif “untuk” atau *in order to motive*

Motif mahasiswi menjadi SPG rokok Djarum adalah belajar mencari uang sendiri untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan biaya kuliah. Mereka ingin membantu mengurangi beban orang tua, juga menambah pengalaman dan mengisi waktu dengan kegiatan yang positif saat jeda kuliah. Selain itu, alasan menjadi SPG rokok adalah karena pekerjaan ini dalam prakteknya tidak terlalu ribet dan persyaratannya ringan.

Para mahasiswi yang memiliki motif untuk menjadi SPG rokok beralasan, bahwa promosi produk rokok lebih ringan karena pangsa pasarnya cukup tinggi dan tergolong sudah mempunyai segmen tertentu, sehingga tidak sulit mencari konsumen. Pada umumnya status SPG adalah karyawan kontrakan dimana mereka dikontrak dalam kurun waktu tertentu untuk mempromosikan suatu produk, dan pada penelitian ini mahasiswi yang melakukan pekerjaan sebagai SPG rokok Djarum mereka menganggap pekerjaan tersebut tidak terikat kontrak kerja yang ketat, sehingga mereka bisa melakukan dua kegiatan, yaitu kuliah sambil kerja. Mereka memiliki rasa percaya diri yang cukup tinggi, karena memenuhi kriteria fisik yang menarik dan pandai komunikasi atau mempromosikan produk.

Para mahasiswi yang menjadi SPG rokok ini juga memiliki motif untuk menambah pengalaman sebelum mendapatkan pekerjaan yang lebih menjamin kehidupannya atau sebelum mendapat jodoh (menikah) yang mampu memenuhi kebutuhan hidupnya. Mereka juga memiliki motif untuk mengisi waktu luang dari perkuliahan, serta ingin memiliki kebanggaan tersendiri bila berhasil lulus kuliah dengan biaya dari hasil keringat sendiri. Hal ini menunjukkan, bahwa profesi SPG rata-rata merupakan pekerjaan antara bagi mahasiswi untuk melatih mental dan karakter yang akan dibutuhkan manakala mereka mendapatkan pekerjaan yang lebih baik.

Meski berperan sebagai SPG rokok Djarum, para mahasiswi juga memiliki harapan agar produk rokok yang dipromosikannya laku di pasar, sehingga akan berdampak pada honor yang diterima. Dengan menjadi SPG, mereka memiliki pengalaman dan mengetahui aspek-aspek pekerjaan, seperti mengenal konsumen dan mampu berkomunikasi saat memasuki dunia kerja nanti. Menurut mahasiswi, motif untuk menjadi SPG rokok adalah adanya beberapa manfaat yang didapatkan selain pengalaman, yaitu menambah relasi dan teman. Mereka mengetahui hal-hal yang terkait dengan produk yang ditawarkan, mulai harga, kandungan produk, cara pembuatan, hingga hasil dan pemasarannya. Mereka bisa menikmati uang hasil keringat sendiri dan mendapatkan pengalaman berkunjung ke tempat-tempat yang baru, serta menjadi sarana melatih sabar dan mental, serta mengetahui ranah pekerjaan kantoran. Sementara terkait dengan kriteria, para SPG ini rata-rata memiliki kriteria yang layak, seperti fisik yang *good looking* dan terlatih dalam berkomunikasi.

Berdasarkan beberapa uraian tentang *in order to motive*, dapat ditarik benang merahnya, bahwa seluruh tindakan mahasiswa untuk menjadi SPG rokok Djarum dilandasi oleh motif untuk bekerja sambil kuliah. Hal ini tidak lepas dari maksud, rencana, tujuan, harapan, dan minat yang diinginkan mahasiswa tersebut. Hasil ini juga sejalan dengan observasi yang dilakukan dan wawancara dengan koordinator SPG dan dengan perwakilan dari agensi SPG (CWS), pada saat mereka di-*screening* atau mengikuti seleksi sebagai SPG.

2. Motif “karena” atau *because motive*

Ketertarikan mahasiswa untuk menjadi SPG rokok Djarum berawal dari informasi lowongan pekerjaan ini dari teman yang juga berprofesi sebagai SPG rokok melalui media sosial. Ketertarikan ini menjadi alasan mahasiswa bekerja dan menikmati suka-duka sebagai SPG rokok.

Sementara itu, para mahasiswa ini rata-rata memiliki pengalaman kerja dua tahun atau kurang. Hal ini wajar karena mereka baru merasakan ketertarikan menjadi SPG rokok ketika menginjak bangku kuliah yang durasi studinya sekitar empat tahun. Artinya, ketika kebutuhan untuk biaya kuliah dan kebutuhan lain mendesak untuk dipenuhi menjadi sebuah motif, maka salah satu jalannya adalah mencoba menjadi SPG rokok karena ajakan dan informasi dari temannya. Dalam hal ini, pengalaman masa lalu adalah kebutuhan biaya kuliah mahasiswa yang mendesak dipenuhi. Sedangkan manfaat masa lalu adalah manfaat yang pernah dinikmati oleh teman sesama SPG yang mengajak untuk bergabung dengannya menjadi SPG rokok di PT Djarum. Oleh karena itu, sebuah motif atau dorongan untuk melakukan sesuatu, bisa juga diawali oleh adanya suatu penyebab (karena).

Para mahasiswi lebih memilih menjadi SPG rokok Djarum karena merasa sudah nyaman sejak menjadi SPG di perusahaan ini dengan kekeluargaan yang kental. Alasan lainnya, produk nonrokok atau kompetitor jarang mempekerjakan SPG untuk promosinya. Sedangkan PT Djarum sering mengadakan *event* promosi yang banyak digemari anak muda sebagai pasar potensial rokok. Alasan lainnya karena jarak kantor PT Djarum lebih dekat ke rumah, sehingga tidak terlalu terburu-buru kerja.

Terkait pertanyaan kesesuaian kontrak sebagai SPG rokok PT Djarum dengan kebutuhan sebagai mahasiswi, kemungkinan terjadinya benturan jadwal antara menjadi SPG rokok dengan aktivitas kuliah di kampus, serta kesesuaian antara honor yang didapatkan dengan kebutuhan, para informan ini tidak bersedia menjawab. Hal ini dapat dipahami karena ikatan hanya ada pada target penjualan dan honor yang didapatkan dalam suatu *event* atau program atau kegiatan. Bila penjualan memenuhi target, berarti honor yang didapatkan cukup memenuhi kebutuhan, dan sebaliknya.

Fakta-fakta tersebut di atas sesuai dengan hasil wawancara mendalam antara peneliti dengan koordinator SPG dan Agensi SPG, bahwa jika SPG mengikuti *event* lalu berhasil menjual produk, maka SPG dapat honor sesuai target penjualan, dan sebaliknya bila hadir di perkuliahan. Artinya, bila SPG menjalankan pekerjaannya atau mengikuti *event* pada saat tidak ada kegiatan perkuliahan, dan penjualan sesuai target, akan mendapatkan honor sesuai dengan *shift* reguler (8 jam) atau nonreguler (12 jam). Sebaliknya, jika tidak menjalankan *event* karena ada kuliah, maka tidak akan mendapatkan honor.

4.3.2 Pengalaman Mahasiswi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok di PT Djarum Indonesia Kabupaten Garut

Hasil penelitian tentang pengalaman mahasiswi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok Djarum menunjukkan, bahwa mereka menganggap profesi sebagai SPG memberi beberapa pengalaman yang tergambar dari perilakunya.

Menjadi SPG rokok Djarum merupakan pengalaman yang cukup berharga, seperti ketika mendapatkan honor (*fee*) dari penghasilan sendiri yang lumayan untuk memenuhi kebutuhan sebagai mahasiswi. Selain itu, bisa mengikuti *event-event* besar berjumpa dan berinteraksi dengan artis-artis dan kenalan baru di beberapa tempat. Kegiatan ini menjadikan mahasiswi pandai membagi waktu, khususnya antara bekerja dengan kuliah. Artinya, pengalaman inti yang didapat dari beberapa proses pengalaman di atas adalah kemampuan membagi waktu kuliah sambil bekerja.

Menjadi SPG rokok Djarum juga memberikan pengalaman suka dan duka bagi mahasiswi. Pengalaman yang paling disukai biasanya berhubungan dengan kepuasan pencapaian promosi produk, interaksi dan komunikasi dengan konsumen. Sedangkan pengalaman pahit (duka) yang pernah dialami biasanya berkaitan dengan perasaan disepelkan atau dilecehkan atau dipandang sebelah mata oleh konsumen, atau pada saat melaksanakan program yang tidak sesuai dengan target yang direncanakan padahal sudah mengerahkan seluruh tenaga yang dimiliki.

Berkaitan dengan pengalaman menjadi SPG produk nonrokok atau produk rokok dari perusahaan lain, informan mengaku tidak mengetahui perbedaannya.

Hal ini karena rata-rata informan menjadi SPG adalah pertama kalinya dengan mempromosikan rokok Djarum. Artinya, mereka belum pernah menjadi SPG produk nonrokok atau produk rokok dari perusahaan lain. Hal ini menunjukkan, bahwa minat mahasiswi untuk menjadi SPG rokok Djarum lebih besar dibandingkan untuk menjadi SPG produk nonrokok atau rokok dari perusahaan lain, karena faktor seleksi di antara semua rangsangan (dorongan) yang ada.

Selama menjadi SPG rokok PT Djarum, informan juga sering mengalami kesulitan dalam beberapa aspek pekerjaan, seperti sering dikejar target penjualan, bekerja dari dinihari sampai larut malam, terkadang tanpa ada transportasi antar-jemput dari perusahaan atau berangkat sendiri. Meskipun demikian, menjadi SPG harus konsekuen, dan siap setiap waktu dalam keadaan apapun (kecuali berbenturan jadwal dengan kuliah), karena adanya target yang harus terpenuhi, baik dari sisi perusahaan maupun dari sisi kepentingan pribadi, yaitu honor SPG.

Penerapan metode promosi oleh SPG rokok Djarum dilakukan secara persuasif, yaitu melalui penawaran produk dan membujuk konsumen secara baik-baik dan ramah agar tertarik dan membeli produk tersebut. Untuk itu, dibutuhkan kemampuan komunikasi (komunikator) yang jelas serta konsumen (komunikan) yang jelas pula agar penjelasan produk yang disampaikan berjalan efektif.

Berkaitan dengan sisi kesehatan, para SPG rokok Djarum mengetahui, bahwa produk rokok yang ditawarkan membahayakan kesehatan pemakainya. Namun para SPG rokok ini tetap bersikap total profesional, karena tugas mereka hanya mempromosikan produk, bukan menjelaskan pengaruh buruk dan bahaya dari mengkonsumsi rokok.

Mengacu pada uraian di atas, para mahasiswi ini akan tetap menjadi SPG rokok secara profesional sebelum menemukan pekerjaan yang lebih baik, lebih nyaman, dan cocok. Sedangkan masalah kesehatan adalah masalah diri pribadi konsumen. Hal ini ditegaskan oleh para SPG rokok Djarum, bahwa mereka hanya berbisnis dengan perokok, bukan dengan yang tidak merokok. Dalam kondisi ini, para SPG rokok berusaha bijak, yaitu berharap konsumen perokok dapat mengurangi atau menghentikan konsumsi rokok, dan walaupun mereka tetap merokok, tetap setia dengan produk rokok Djarum dan tidak merokok produk perusahaan lain. Adapun kepada orang yang tidak merokok, para SPG rokok Djarum ini juga menyimpan harapan agar tetap untuk tidak merokok.

Berdasarkan uraian tentang aspek pengalaman mahasiswi menjadi SPG rokok Djarum, mereka memperoleh pengetahuan dan pengetahuan melandasi kesadaran yang membentuk pemaknaan. Kesadaran dan pemaknaan inilah yang mendorong individu melakukan tindakan atau perilaku yang disebut pengalaman.

Secara keseluruhan, pengalaman yang didapat mahasiswi selama menjadi SPG rokok Djarum dikategorikan menjadi dua, yaitu pengalaman komunikasi yang positif (menyenangkan) dan yang tidak menyenangkan. Fakta-fakta pengalaman yang didapat oleh para SPG rokok sejalan dengan hasil observasi dan pendapat yang dikemukakan oleh koordinator dan CWS SPG pada saat wawancara, bahwa perusahaan dan agensi selalu memberikan arahan dan dorongan kepada setiap SPG agar tampil dengan kemampuan yang lebih baik, serta tetap menjaga *attitude* dan *behavior* yang baik, dan penampilan tetap menarik agar konsumen mendapatkan *sugesti*, sehingga terbujuk membeli produk kita.

4.3.3 Makna Mahasiswi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok di PT Djarum Indonesia Kabupaten Garut

Hasil penelitian tentang makna mahasiswi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) Rokok Djarum menunjukkan, bahwa mereka menganggap profesi sebagai SPG memiliki beberapa makna yang tergambar dari perilakunya.

Profesi sebagai SPG rokok Djarum di satu sisi, dan menjadi mahasiswi di sisi lain tidak saling berhubungan atau tidak ada makna khusus. Mereka hanya memaknai hal ini sebagai sesuatu yang wajar sebagai mahasiswi mencari penghasilan sendiri untuk membiayai kuliahnya atau tidak bergantung pada orang tuanya. Mereka jadi bisa mengatur waktu dan memanfaatkan jeda perkuliahan dengan kegiatan positif menjadi SPG.

Para SPG rokok Djarum menganggap promosi rokok lebih mudah karena rokok sudah menjadi salah satu kebutuhan primer bagi sebagian masyarakat, baik pria dan wanita. Kebetulan pula lowongan kerja jadi SPG rokok lebih banyak diminati dan lebih banyak kesempatannya dibanding produk nonrokok. Selain itu, jadi SPG rokok bisa memberi informasi tentang sisi positif dan negatifnya. Pemaknaan ini terlihat berbeda, meskipun pada intinya sama, yaitu ketertarikan menjadi SPG rokok karena rokok banyak penggemarnya dari berbagai usia dan dari berbagai kalangan dengan latar belakang.

Berkaitan dengan promosi yang dilakukan para SPG rokok, manfaat yang dirasakan oleh konsumen adalah pengetahuan tentang produk baru yang lebih banyak diminati yang awalnya belum diketahuinya. Adapun manfaat bagi SPG, mereka mengetahui segmen yang sesuai dengan produk rokok yang ditawarkan.

Para SPG rokok ini juga merasa bangga karena dipercaya oleh perusahaan mempromosikan produknya, apalagi bila omzet penjualannya terus meningkat, mereka berharap mendapatkan honor dan posisi yang lebih baik dari sebelumnya.

Mahasiswi yang bekerja sebagai SPG rokok PT Djarum mengemukakan, bahwa metode persuasif dalam promosi rokok lebih efektif diterapkan, karena bersifat santai dan *fun*, ramah, penuh senyum dan sapa. Setelah melalui pendataan segmen pasar yang sesuai dengan produk yang akan dipromosikan, dalam metode ini kemudian dilakukan pertemuan dan pengenalan langsung dengan konsumen untuk berinteraksi dan tanya-jawab tentang jenis rokok yang disukai selama ini. Tujuan dari penerapan metode ini adalah berupaya membujuk konsumen untuk membeli produk rokok yang ditawarkan agar mendapatkan keuntungan. Langkah-langkah ini merupakan upaya menerapkan komunikasi bisnis dalam promosi produk.

Penggunaan metode promosi oleh SPG rokok Djarum merupakan salah satu upaya untuk membujuk konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Misalnya, melalui program apresiasi konsumen dengan memberikan berbagai jenis hadiah. Dengan menjadi SPG rokok Djarum, mahasiswi mengetahui strategi pemasaran, cara dan etika menghargai dan menghadapi konsumen, serta tatacara berkomunikasi yang baik dan benar. Para SPG rokok Djarum juga mengetahui makna dari logo yang terdapat dalam kemasan produk rokok, yaitu bahwa logo lingkaran dan jarum di tengahnya menunjukkan, bahwa PT Djarum memiliki kekokohan dan ketidakterbatasan sebagai perusahaan rokok yang ingin menguasai industri rokok di seluruh dunia.

Secara keseluruhan, makna pada hakikatnya adalah tujuan komunikasi yaitu mencapai kesamaan makna dan bukan sekedar pertukaran pesan, karena pesan yang dikirimkan harus diinterpretasikan sesuai dengan maksud si pengirim. Oleh karena itu, mahasiswi yang berperan sebagai SPG rokok Djarum tentu memiliki pandangan tersendiri terhadap pekerjaan mereka sebagai SPG. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara dengan koordinator SPG, bahwa mereka memaknai pekerjaan SPG sebagai pekerjaan profesional. Oleh karena itu, menurut manajer agensi, SPG dituntut untuk memiliki *attitude* dan bekerja profesional, karena untuk menjadi seorang SPG ada kriteria dan standarisasi yang harus dipenuhi, sehingga dapat dikatakan bahwa meski terbuka kesempatan kepada semua orang yang memenuhi kriteria, namun tidak sembarang orang yang bisa direkrut sebagai SPG.