

# PROFESI SALES PROMOTION GIRL (SPG) DI KUTA SELATAN DALAM PERSPEKTIF TUBUH SOSIAL

Shafira Rahmarisdewi Shahby<sup>1</sup>, Wahyu Budi Nugroho<sup>2</sup>,  
Ni Made Anggita Sastri Mahadewi<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: shafirarahma32@gmail.com<sup>1</sup>, wahyubudinug@yahoo.com<sup>2</sup>,  
snimadeanggita@yahoo.com<sup>3</sup>

## ABSTRACT

*This study focuses on the phenomenon of objectification of women who work as Sales Promotion Girl (SPG) in South Kuta, Bali. The purpose of this study is to describe and analyze the objectified SPG profession in South Kuta. This research uses a qualitative approach method with a descriptive-explanatory type. The theory chosen as scalpel in analyzing this research is Mary Douglas's social body theory. The results of this study reveal that there are moments of objectification felt by SPG starting when they register to become SPG, during training before work, and even while working. SPG has been objectified and made into a job that has the main criteria, namely having an attractive appearance rather than being good at communicating. Then the company, through the event organizer or agency that recruits SPG, will provide work uniforms to SPG. The uniforms provided are standard and according to the company's wishes. The uniforms given are more often uniforms that are sexy and show the curves of the SPG's body. SPG have to wear uniforms, whether they like it or not. Apart from that, SPG often feel objectified when working in sexy uniforms. There are potential buyers who stare at SPG's body as if they are objectifying it, which makes SPG feel uncomfortable about this.*

**Keywords:** SPG, social body, objectivation.

## ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada fenomena objektivasi perempuan yang berprofesi sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) di Kuta Selatan, Bali. Tujuan penelitian ini adalah memaparkan dan menganalisis profesi SPG di Kuta Selatan yang terobjektivasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif-eksplanatif. Teori yang dipilih sebagai pisau bedah dalam menganalisis penelitian ini adalah teori tubuh sosial dari Mary Douglas. Hasil penelitian ini mengungkap bahwa terdapat momen objektivasi yang dirasakan SPG dimulai ketika mereka mendaftar menjadi SPG, saat pelatihan sebelum bekerja, bahkan pada saat bekerja. SPG telah diobjekkan dan dijadikan pekerjaan yang memiliki kriteria utama yaitu berpenampilan menarik dibandingkan kriteria pandai berkomunikasi. Kemudian perusahaan melalui *event organizer* atau *agency* yang merekrut SPG akan memberikan seragam kerja kepada SPG. Seragam yang telah disediakan sudah pakem dan sesuai keinginan dari perusahaan. Seragam yang diberikan lebih sering seragam yang terbuka dan memperlihatkan lekuk tubuh SPG. SPG harus memakai seragam tersebut, suka ataupun tidak. Selain itu, SPG kerap merasa terobjekkan saat mereka bekerja memakai seragam terbuka. Terdapat calon pembeli yang menatap tubuh SPG seperti membendakan yang membuat SPG merasa risih akan hal tersebut.

**Kata kunci:** SPG, tubuh sosial, objektivasi.

## 1. PENDAHULUAN

Pekerjaan adalah hal penting yang harus dimiliki setiap orang dewasa. Pekerjaan adalah kegiatan sosial di mana individu atau kelompok melakukan upaya selama waktu

dan dalam ruang tertentu, dengan mengharapkan penghargaan finansial, dapat pula dalam bentuk lain, atau bahkan tanpa mengharapkan imbalan, tetapi dengan rasa kewajiban kepada orang lain (Witlshire dalam

Margaretha & Wandani, 2022).

Dewasa ini, ditemui beragam lapangan pekerjaan. Saat ini, penampilan menjadi salah satu hal yang sangat dipertimbangkan dalam dunia kerja. Penampilan merupakan keadaan lahiriah yang dapat dilihat oleh orang lain. Menurut Dewi (2023) respons positif atau negatif terhadap orang tergantung dari citra atau tampilan yang disampaikan, seperti cara berpakaian, sikap, perilaku sopan santun, cara berbicara, dan lain sejenisnya.

Penampilan yang menarik saat ini sering disebut '*good looking*'. *Good looking* merupakan gabungan dari kata berbahasa Inggris *good* dan *looking*. *Good* memiliki arti "baik", dan *looking* berarti "melihat" atau "terlihat". Jadi, *good looking* diartikan terlihat menarik, baik atau bagus (Farih, 2020). Berdasarkan hasil penelitian Damayanti dan Hikmah (2021) hampir setiap lowongan pekerjaan saat ini selalu menyertakan syarat "berpenampilan menarik" bagi pelamarnya. Maka dari itu, baik pria maupun wanita dengan penampilan menarik dapat lebih mudah mendapatkan pekerjaan. Kiranya *Sales Promotion Girl* (SPG) adalah pekerjaan atau profesi yang paling menekankan dan mensyaratkan pentingnya penampilan yang menarik.

Menurut Poerwodarminto (dalam Riadi, 2020), SPG adalah suatu profesi yang bergerak dalam pemasaran atau promosi suatu produk. Profesi ini biasanya mempekerjakan para wanita dengan karakter fisik yang menarik sebagai usaha untuk menarik perhatian konsumen. Adapun beberapa persyaratan untuk menjadi SPG, yaitu memiliki ijazah pendidikan setidaknya di tingkat SMA/SMK, berpenampilan menarik ditunjukkan lewat tinggi dan berat badan yang proporsional, cantik, wangi, bersedia menggunakan *make up*, dan bisa menggunakan *heels* (sepatu hak tinggi) (Fauziah, 2022).

Wanita yang bekerja sebagai SPG diharapkan dapat menambah daya tarik suatu produk yang ditawarkan sehingga orang-orang tertarik membelinya. Dengan kata lain, SPG

hanyalah perantara untuk menarik pembeli. Daya tarik SPG adalah fisik yang enak untuk dipandang dan kecakapan dalam berkomunikasi. Namun demikian, beberapa pihak cenderung melihat profesi ini secara negatif. Hal ini dikarenakan pakaian seksi, riasan yang mencolok dan sikap centil dari sebagian SPG ketika berusaha menarik perhatian konsumen. SPG dinilai hanya bermodal tubuh yang proporsional dibalut dengan seragam bekerja yang menunjukkan lekuk tubuh serta riasan wajah tanpa didasari oleh pendidikan dan keahlian. Isu lain yang semakin memperburuk citra profesi ini adalah SPG yang menggunakan profesi ini untuk menjalankan prostitusi terselubung (Tantri, 2014).

Dari sini, dapat dilihat jika mereka mengalami momen "terobjekkan" para SPG. Pertama, saat mereka harus mengenakan pakaian yang telah ditentukan oleh tempatnya bekerja, meskipun mereka sendiri merasa tidak sesuai, tidak nyaman, bahkan tidak suka dengan pakaian tersebut. Kedua, saat mereka sedang bekerja dan menuai tatapan calon konsumen yang cenderung membendakan dan berfokus pada bagian-bagian tubuh tertentu sehingga membuat tidak nyaman.

Adapun SPG yang akan penulis kaji dalam penelitian ini adalah para SPG yang berada di Kuta Selatan mengingat banyaknya SPG yang bekerja di wilayah tersebut. Lebih jauh, penelitian ini akan menggunakan teori dan perspektif tubuh sosial untuk menganalisis pengalaman terobjektifikasi tubuh perempuan para SPG.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

Kajian mengenai profesi SPG sebelumnya pernah dibahas dalam jurnal *Perlindungan Hukum terhadap Eksploitasi Tubuh Sales Promotion Girl; Studi Komparasi Hukum Islam dan Hukum Positif* oleh Tanjung (2022). Jurnal ini menjelaskan bahwa eksploitasi SPG yang sering dialami berupa eksploitasi fisik dan juga nonfisik. Eksploitasi fisik berupa sentuhan fisik ke bagian tubuh, sedangkan nonfisik berupa siulan dan tatapan ke bagian tubuh tertentu

yang terbuka dan tidak ditutupi oleh pakaian yang digunakan SPG. Terdapat juga perlindungan hukum yang diberikan kepada SPG yang tercantum dalam peraturan yang ada.

Penelitian kedua dilakukan oleh Pahlevi (2019). Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri dalam skripsi yang berjudul *Analisis Peran Sales Promotion Girl (SPG) terhadap Media Pemasaran dalam Meningkatkan Omset Perusahaan (Studi Kasus PT Multi Media Seluler Kota Metro)*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa penggunaan SPG sebagai salah satu cara pemasaran di PT. Multi Media Seluler Kota Metro dapat meningkatkan omset perusahaan, seperti terpenuhinya target yang diterapkan perusahaan.

Penelitian lain dilakukan oleh Hadji dan Lukman (2020) dengan judul *Persepsi Sosial terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan (Studi Kasus Sales Promotion Girl di Mall Ratu Indah Makassar)*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa tubuh SPG diumpamakan sebagai komoditas yang memiliki nilai jual dan menjadi modal ekonomi, budaya, serta sosial. Hal tersebut mengakibatkan masyarakat memandang profesi SPG sebagai salah satu profesi yang negatif. Fokus penelitian yang dilakukan oleh Hadji dan Lukman berfokus pada komodifikasi tubuh dan persepsi Masyarakat.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Lestari (2012) dengan judul *Eksplorasi pada Perempuan Sales Promotion Girls*. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa SPG kerap mengalami pelecehan verbal bahkan hingga pelecehan fisik, tidak hanya itu saja, profesi SPG juga mengalami eksploitasi ekonomi. Penelitian Lestari lebih berfokus pada contoh eksploitasi fisik dan ekonomi yang terjadi pada SPG.

Menilik beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa terdapat kesamaan dengan penelitian-penelitian tersebut mengenai profesi SPG yang kerap kali digunakan sebagai alat untuk menjualkan suatu produk. Ditambah dengan seragam yang diberikan kepada SPG kerap kali menunjukkan

lekuk tubuhnya. SPG tidak dapat menolak ataupun bernegosiasi dengan perusahaan untuk seragam yang telah ditentukan, maka SPG harus menggunakan seragam tersebut suka ataupun tidak suka.

### 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2021) adalah penelitian yang berupaya memahami fenomena sebagaimana pengalaman subjek penelitian. Metode penelitian kualitatif juga dapat diartikan sebagai proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam mengenai fenomena sosial secara alami (Hendryadi dalam Baene, Nasution, & Atika, 2023). Tujuan penggunaan metode penelitian kualitatif adalah mengkaji dan mencari fakta serta realitas dari fenomena masyarakat yang dikaji.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-eksplanatif. Menurut Indrianto dan Supono (dalam Baene, Nasution, & Atika, 2023) penelitian deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu fenomena sosial. Kemudian, penelitian eksplanatif merupakan penjelasan mengenai sesuatu yang terjadi di balik sebuah fenomena, serta mengetahui alasan-alasan fenomena tersebut dapat terjadi. Metode penelitian kualitatif dan jenis penelitian deskriptif-eksplanatif kiranya sangat sesuai dalam penelitian mengenai SPG dalam perspektif tubuh sosial mengingat penelitian ini tidak hanya berupaya menggali dan menganalisis data secara mendalam, tetapi juga memberikan gambaran dan penjelasan mengenai fenomena terkait.

Selanjutnya teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang pertama observasi yaitu tahap peneliti untuk mengamati aktivitas yang dilakukan untuk mengetahui sebuah fenomena yang terjadi. Observasi menurut Arifin (2011) adalah proses mengamati dan mencatat secara sistematis, logis, objektif, dan rasional mengenai berbagai fenomena. Fenomena tersebut baik dalam

situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, penulis memilih teknik observasi *participant as observer*. Menurut Julmi (2020) *participant as observer* adalah peneliti berpartisipasi menjadi bagian dari kelompok yang diteliti sebagai pengamat serta partisipan. Dengan demikian, peneliti yang terlibat akan melakukan pengamatan serta ikut merasakan suka duka dari kelompok yang diteliti.

Pengumpulan data juga dilakukan melalui wawancara yaitu pertemuan yang dilakukan oleh dua orang dan bertujuan untuk saling bertukar informasi maupun ide dengan cara interaksi tanya jawab, sehingga dapat menginterpretasikan sebuah kesimpulan dari suatu fenomena atau peristiwa (Esterberg dalam Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam, yakni menggali informasi secara terperinci, detail, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian, serta diarahkan lebih kepada pusat penelitian (Moleong, 2021: 186).

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa gambar, video serta aktivitas yang berkaitan dengan profesi SPG sehingga dapat memperkaya data penelitian. Di samping itu, dokumentasi dalam penelitian ini juga memerlukan dokumen pelengkap, seperti skripsi, buku, artikel, jurnal, dan hasil penelitian lain yang telah dilakukan mengenai profesi SPG sehingga dapat menambah data fakta dalam penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari empat langkah, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengumpulan data dalam penelitian ini didapatkan dari hasil observasi, wawancara dengan informan, serta dokumentasi. Selanjutnya adalah reduksi data. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian dengan menyederhanakan, mengabstraksikan dan mentransformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan mengenai

profesi SPG. Penyajian data adalah bentuk dari pengemasan data secara visual agar data tersebut dapat lebih mudah dipahami. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, diagram, serta grafik. Penyajian data memiliki tujuan untuk memudahkan peneliti dalam memahami fenomena yang terjadi seperti contoh kejadian terobjektifikasi yang pernah dialami SPG. Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk memahami makna atau arti, penjelasan, dan alur sebab-akibat. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir peneliti untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1. KUTA SELATAN SEBAGAI LOKASI EVENT**

Bali merupakan destinasi terpopuler kedua di dunia pada tahun 2023 menurut situs perjalanan TripAdvisor (CNN, 2023). Daerah Bali memang terkenal akan sektor pariwisatanya yang maju dan berkembang. Bali memiliki banyak objek wisata yang beragam seperti wisata alam, wisata sejarah, maupun wisata budaya (Jayadi, Mahadewi, & Mananda, 2017). Kedatangan wisatawan ke pulau Bali pun semakin meningkat setiap tahunnya, walaupun terdapat kemerosotan pada saat virus corona Covid-19 di tahun 2020. Namun kini Bali dapat kembali bangkit dan menjadi tuan rumah perhelatan KTT G20. Menurut Jayadi, Mahadewi, & Mananda (2017) kawasan pariwisata di pulau Bali yang menjadi favorit dari wisatawan domestik maupun mancanegara adalah Bali bagian Selatan yakni Kuta Selatan.

Menurut PemKab Badung (2020) Kecamatan Kuta telah resmi diperluas menjadi tiga kecamatan pada tahun 1999. Pada tahun tersebut dua wilayah baru yang terbentuk masih berstatus sebagai kecamatan pembantu. Perluasan kecamatan Kuta menjadi tiga kecamatan tertuang dalam Permendagri No.138/2134/PUOD tertanggal 22 Juli 1999 dan kemudian ditindak lanjuti dengan SK Gubernur Bali No. 350 Tahun 1999 tertanggal

31 Juli 1999. Kecamatan Kuta yang telah dibagi menjadi 3 yakni Kecamatan Kuta, Kecamatan Pembantu Kuta Utara dan Kecamatan Pembantu Kuta Selatan. Pada tahun 2001, perluasan kedua kecamatan ini ditingkatkan statusnya menjadi kecamatan definitif agar menjamin kepastian hukum. Sehingga kecamatan Pembantu Kuta Utara dan Kecamatan Pembantu Kuta Selatan menjadi Kecamatan Kuta Utara dan Kecamatan Kuta Selatan.

Kecamatan Kuta Selatan memiliki enam Kelurahan atau desa, yaitu :

1. Pecatu.
2. Ungasan.
3. Kutuh.
4. Benoa.
5. Tanjung Benoa.
6. Jimbaran.

Kuta Selatan memiliki luas wilayah sebesar 105,4549 Km<sup>2</sup> dengan batas wilayahnya yaitu di bagian utara terdapat Kecamatan Kuta, di bagian timur, selatan, dan barat terdapat Samudra Hindia. Wilayah yang cukup luas dibandingkan Kecamatan Kuta sebesar 17,52 Km<sup>2</sup> dan Kecamatan Kuta Utara sebesar 33,86 Km<sup>2</sup> terdapat banyak destinasi wisata yang dapat dijumpai.

Kuta Selatan sudah memiliki infrastruktur jalan yang baik dibandingkan dengan daerah Bali di bagian timur, barat maupun utara. Infrastruktur yang memadai ini akan memudahkan mobilitas turis yang berkunjung, terlebih Kuta Selatan dapat ditempuh dengan waktu yang singkat dari Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai. Pada tiap kelurahan atau desa di Kuta Selatan memiliki potensi pariwisata yang berbeda. Menurut PemKab Badung (2020) kelurahan Pecatu memiliki objek wisata pura Uluwatu. Pura Uluwatu memiliki keindahan pemandangan laut dari atas tebing dan akan indah jika menyaksikan *sunset* dengan siluet pura dan laut. Kelurahan Ungasan terdapat Taman Budaya Garuda Wisnu Kencana (GWK) yang merupakan patung berukuran raksasa Dewa Wisnu, selain itu GWK juga menjadi puncak acara KTT G20 pada tahun 2022 (Finaka, 2022).

Menurut PemKab Badung (2020) Kelurahan Jimbaran memiliki pesona indah dari pantai-pantai dan juga kafe serta restoran *seafood*. Terdapat pula banyak villa dan hotel yang memiliki pemandangan pantai dan keindahan matahari terbenam. Tanjung Benoa memiliki keindahan pantai dan wisata air yang beraneka ragam hingga menjadikan Tanjung Benoa terkenal akan *watersports* nya. Pemandangan tebing-tebing kapur yang menjulang tinggi dengan pantai berpasir putih dan laut hijau kebiruan berada di Kelurahan Kutuh. Sedangkan Kelurahan Benoa merupakan kawasan resort besar bertaraf internasional dengan Bintang lima. Kawasan Benoa merupakan kawasan elit yang terdapat banyak hotel-hotel dan *convention center* berbintang lima. Oleh karena itu, beragam *event* yang turut diselenggarakan di area Kuta Selatan ini dikarenakan memiliki keindahan dan kemudahan dalam menjangkau akses di tiap destinasinya.

*Event* yang diselenggarakan di Kuta Selatan oleh perusahaan ataupun grup akan berkoordinasi terlebih dahulu dengan *event organizer* yang dipilih. Lebih lanjut salah satu *Event Organizer*, Imagine, Ibu Camelia Agatha menyatakan bahwa:

“...Kuta Selatan terlebih Nusa Dua lebih banyak dilaksanakan *event Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition* (MICE). Untuk pemilihan lokasi di Kuta Selatan itu tergantung dari klien, namun jika klien belum memiliki referensi tempat maka akan diberikan beberapa pilihan seperti Kuta Selatan...” (Camelia Agatha, wawancara pada 22 November 2023).

Dapat dikatakan bahwa apabila client belum memiliki referensi tempat di Bali maka akan diberikan pilihan seperti Kuta Selatan yang memang memiliki modal untuk mendukung acara MICE itu sendiri. Menurut pakar Pariwisata Universitas Sebelas Maret (UNS) Solo, Dr. Deria Adi Wijaya, S.ST.Par., (dalam Sulistyawati, 2022) mengungkapkan bahwa terdapat empat faktor yang menjadikan Bali cocok untuk dijadikan lokasi acara tingkat

internasional terkhusus Kuta Selatan. Faktor-faktor tersebut adalah:

1. *Amenities*

*Amenities* atau fasilitas yang sudah lengkap serta mencakup segala hal seperti berbagai fasilitas penunjang dan pendukung wisatawan untuk tinggal di daerah destinasi wisata. Menurut BPS Provinsi Bali (2022) pada tahun 2022 terdapat 380 hotel di Kabupaten Badung. Sebanyak 134 hotel berlokasi di Kuta Selatan dengan hotel terbanyak di Kelurahan Benoa sebanyak enam puluh tiga hotel (BPS Kabupaten Badung, 2022). Dalam hal ini sudah terlihat jelas bahwa fasilitas penginapan yang sudah mumpuni dan terdiri dari bintang satu hingga bintang lima yang tersebar di daerah Kuta Selatan Bali.

2. *Attraction*

Menurut Derai (dalam Sulistyawati, 2022) *attraction* juga menjadi salah satu faktor wisatawan ingin mengunjungi pulau Bali. *Attraction* ini berupa pengelolaan tempat wisata seperti pemandangan gunung, keragaman flora dan fauna, dan juga nilai historis yang tersimpan. Patung Garuda Wisnu Kencana (GWK) yang terletak di Kuta Selatan memiliki nilai historis yang tersimpan. Menurut Tedjowirawan (dalam Sumarwahyudi, 2020) di dalam khasanah kesejarahan raja-raja di Jawa Timur terdapat raja yang didarmakan sebagai Dewa Wisnu yaitu Darmawangsa Teguh yang berasal dari Kerajaan Kahuripan. Profil Dewa Wisnu dipatungkan sebagai Wisnu yang mengendarai burung garuda. Patung Garuda Wisnu Kencana ini dimaknai sebagai komplementer yang memiliki nilai-nilai ideologis yaitu kekuatan dasar falsafah yang menyangga sebuah upaya kesejahteraan dikarenakan Dewa Wisnu dipercayai sebagai dewa pemelihara dunia.

3. *Accesability*

*Accesability* atau aksesibilitas di Bali dapat dikatakan lengkap dan terintegrasi dibuktikan dari keberadaan Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai, Pelabuhan Gilimanuk, dan Pelabuhan Benoa (Sumarwahyudi, 2020). Menurut Google Maps jarak dari Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai menuju Jimbaran yaitu 10,9 km yang kiranya dapat ditempuh hanya dengan tiga puluh menit. Sedangkan jarak dari Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai menuju Nusa Dua sekitar 15 km dengan waktu tempuh 40-45 menit. Terdapat pula akses jalan tol Bali Mandara yang telah dapat dioperasikan sejak tahun 2013 yang menghubungkan antara Benoa, Ngurah Rai Tuban, dan Nusa Dua (badung tourism, 2017).

4. *Ancillary*

*Ancillary* atau kelembagaan dalam pariwisata juga penting bagi wisatawan, agar informasi yang beredar cukup pula tepat mengenai keamanan, fasilitas yang disediakan oleh pemerintah, dan pengelolaan tempat wisata (Sumarwahyudi, 2020). Deria (dalam Sumarwahyudi, 2020) juga menilai Bali memiliki kesadaran wisata yang sangat baik hingga siap untuk menjadi tuan rumah acara tingkat internasional maupun nasional.

Faktor-faktor ini juga didukung oleh *Event Organizer*, Sekar Setaman Mulia, Bapak Arfan Fauzan yang mengungkapkan bahwa: "...karena pertama klien saya dari perusahaan pertamina, yang dimana *event* pertamina itu *meeting* dan *outing*, jadi *meeting* dan *outing* masih di satu wilayah yang tidak terlalu jauh. Seperti *event meeting* di nusa dua, dan *outing dinner* di Jimbaran..." (Arfan Fauzan, wawancara pada 23 November 2023).

Mengadakan event di Kuta Selatan dapat mempermudah akses dalam menjangkau tiap tempat destinasinya. Event meeting dapat diselenggarakan di Kawasan Benoa yang

memiliki convention center serta hotel-hotel berbintang lima dengan ballroom yang mumpuni. Berikutnya dapat melanjutkan acara makan malam yang berlokasi di Jimbaran dengan menu Seafood khas Bali serta pemandangan indah pantai Jimbaran. Oleh karena kemudahan akses serta fasilitas wisata yang sangat mendukung, menjadikan Kuta Selatan sering mengadakan *event-event* bertaraf nasional maupun internasional. Terdapat *event* nasional seperti G20 maupun ASEAN. Melalui wawancara dengan salah satu *Event Organizer*, Imagine, Ibu Camelia Agatha menyatakan bahwa: "...pernah menangani *event* dari MBC Korea dan juga Jepang..."

Bali terutama Kuta Selatan semakin memiliki citra yang baik dalam menangani *event* MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*). Walaupun terdapat kemerosotan wisatawan pada saat pandemi Covid-19 namun *event* di Bali dapat bangkit dengan hadirnya *event Global 20 (G20)* yang berlokasi di daerah Kuta Selatan, Bali serta puncak acara yang berada di Apurva Kempinski dan Taman Budaya Garuda Wisnu Kencana (GWK) (Elena, 2022). Setelah acara G20 terselenggarakan semakin banyak *event-event* yang hadir yang berlokasi di Bali terkhusus Kuta Selatan.

#### **4.2. TUBUH SOSIAL SALES PROMOTION GIRL**

Persepsi masyarakat bahwa SPG kerap hanya menjualkan penampilan yang menarik dan *sexy* bukanlah sesuatu yang baru. Tubuh SPG dapat dikonsumsi secara visual melalui penampilannya, sama seperti wanita tunasusila yang juga tubuhnya "dikonsumsi" dalam hal penampilan. Namun yang membedakan SPG dengan wanita tunasusila yaitu mereka bekerja menggunakan tubuhnya sebagai modal utama. SPG dan wanita tunasusila tentu saja tidak sama dalam segi pekerjaan, namun SPG kerap kali diberikan *stereotype* bahwa SPG dapat pula diartikan seperti wanita tunasusila. Maka tidak jarang SPG yang bekerja kerap kali diberikan ajakan yang bersifat kearah seksual.

Tubuh sosial yang dimiliki SPG merupakan modal terpenting, dikarenakan profesi ini mengandalkan penampilan fisik yang utama kemudian kemampuan berkomunikasi. Secara kasar dapat dikatakan bahwa kriteria utama SPG yaitu cantik dan tinggi serta berat badan proporsional lalu kriteria berikutnya kemampuan komunikasi. Kata lainnya yaitu jika SPG sudah memiliki penampilan yang menarik maka kemampuan komunikasi dapat diasah, dan sebaliknya jika penampilan SPG kurang menarik maka kemampuan komunikasi yang sangat mumpuni pun tidak mendukung seseorang untuk berprofesi sebagai SPG. Maka dari itu tubuh sosial SPG sangat penting dalam menunjang karirnya.

SPG adalah singkatan dari *Sales Promotion Girl*, yakni wanita yang bekerja untuk memasarkan suatu produk (Munir, Wahyudi, dan Zainal, 2020). Demi menyokong penjualan produk, SPG harus memiliki modal yang utama yakni penampilan. Menurut Renaldo (2023) sebelum merekrut SPG, terdapat persyaratan-persyaratan seperti yang dijelaskan yakni :

- Berumur minimal 17 tahun, dan maksimal 24 tahun.
- Tinggi badan minimal 160 cm.
- Memiliki ijazah SMA/K.
- Memiliki berat badan maksimal 55 kg.
- Memiliki kecakapan dalam berkomunikasi.
- Rapi dalam penampilan atau *good looking*.

Persyaratan tersebut merupakan syarat minimal sebagai SPG, dapat dilihat bahwa persyaratan tersebut lebih berfokus pada penampilan yang tampak pada SPG dibandingkan kemampuan dalam berkomunikasi. Dalam wawancara bersama salah satu *Event Organizer*, Sekar Setaman Mulia, Bapak Arfan Fauzan yang mengungkapkan bahwa:

"...*Grade A* berdasarkan tinggi yaitu 175 cm minimal, untuk fisik wajah itu bermacam-macam karena cantik juga banyak kriteria dan tidak harus putih. Yang paling menonjol dari SPG *Grade A* adalah *public speaking*.

Bahkan SPG *grade A* harus mencantumkan berapa bahasa yang dikuasai dan pendidikan terakhir. Sedangkan *Grade B* memiliki tinggi badan 160-165, dan ditunjang dengan heels minimal 5-8 cm. *Grade B* dapat dikatakan SPG amatir dikarenakan tidak se-profesional *Grade A*. Untuk *Grade B* tidak ada kriteria khusus berbahasa Inggris, hanya looks yang bagus. Tentunya untuk gaji akan berbeda dengan *Grade A*..." (Arfan Fauzan, wawancara pada 23 November 2023).

Dari penjelasan salah satu *Event Organizer*, Sekar Setaman Mulia, Bapak Arfan Fauzan ini menyebutkan bahwa SPG tersebut dibagi menjadi 2 kriteria yakni SPG *Grade A* dan SPG *Grade B*. Pada SPG *Grade A* memiliki kriteria yang lebih tinggi dibandingkan kriteria SPG yang telah dipaparkan oleh Renaldo (2023). SPG *Grade A* memiliki tinggi badan yang paling rendah 175 cm dengan berat badan yang tidak lebih dari 55 kg. Selain itu tentunya didukung dengan penampilan yang menarik dan cantik dengan kriteria wajah SPG masing-masing. Selain itu, terdapat pula kriteria bahwa SPG dengan *Grade A* harus mencantumkan pendidikan terakhir yang dimiliki serta memiliki *public speaking* yang baik. SPG *Grade A* cenderung menguasai minimal satu bahasa asing, atau bahkan bisa lebih. Spesifikasi kriteria yang sangat detail ini tentu menjadikan SPG *Grade A* memiliki gaji yang berbeda dengan SPG *Grade B*.

Sedangkan SPG *Grade B* memiliki tinggi minimal 160 cm, ditunjang dengan menggunakan heels 5-7 cm. SPG *Grade B* tidak diharuskan memiliki kemampuan berbahasa asing, namun tidak sedikit pula terdapat kriteria yang harus bisa berbahasa Inggris. Dari segi penampilan, SPG *Grade B* juga harus memiliki penampilan yang menarik atau *good looking* seperti tinggi badan dan berat badan proporsional, dan cantik. Perbedaan dari SPG *Grade A* dan SPG *Grade B* lebih terletak pada tinggi badan, bahasa yang dikuasai, serta gaji. Tidak jarang pula SPG yang direkrut tidak mengharuskan *Grade A*, namun bisa berbahasa asing seperti

Indonesia, Mandarin, Korea, bahkan Jepang. Dalam wawancara bersama salah satu *Event Organizer*, Imagine, Ibu Camelia Agatha menyatakan bahwa:

"...produk yang diharuskan SPG nya tinggi minimal 168, atau 170. *Requirement* masing-masing klien dan *brand* itu berbeda-beda. Untuk *event meeting*, SPG diharuskan bisa berbahasa Inggris, karena tamu yang datang terdapat tamu asing. Ada juga beberapa produk yang khusus, contohnya event dari MBC Korea, MBC Jepang, jadi SPG dituntut untuk bisa berbahasa *basic* Korea, Mandarin, Jepang. Selain itu penampilan adalah paling penting, karena yang dilihat orang adalah *appearance*. SPG pasti harus *attract* orang untuk datang ke *booth* bahkan untuk sekedar berkomunikasi..." (Camelia Agatha, wawancara pada 22 November 2023).

Melalui wawancara dengan *Event Organizer*, Imagine, Ibu Camelia Agatha menyebutkan bahwa kualifikasi SPG pada tiap produk berbeda-beda. Kualifikasi SPG pada *event meeting* harus dapat berbahasa asing minimal Bahasa Inggris. Tidak menutup kemungkinan kualifikasi SPG yang dapat berbahasa korea, mandarin atau jepang. Dikarenakan pada tiap *event* terdapat produk dan pengunjung yang datang itu berbeda-beda. Kualifikasi yang tetap sama dari setiap produk atau *event* adalah berpenampilan menarik. Karena SPG itu harus dapat menarik perhatian dari pembeli maupun pengunjung untuk datang ke *booth* dan bahkan untuk sekedar berkomunikasi untuk menjelaskan produk yang dijual ataupun dipamerkan. Namun terdapat kriteria tambahan dalam wawancara bersama salah satu *Agency*, NV PRO BALI, Nova Indri menyebutkan bahwa:

"...untuk merekrut SPG selain minimal tinggi 165 cm dan berat badan proporsional, juga harus memiliki etika yang baik dan tidak ada pengalaman buruk di dalam *event*..." (Nova Indri, wawancara pada 23 November 2023).

Etika yang baik serta tidak memiliki pengalaman buruk dalam *event* juga menjadi bahan pertimbangan di dalam kriteria menjadi SPG. Semua profesi tentu mengharuskan pekerjaannya untuk memiliki etika profesional dalam bekerja. Menurut Budianto, Pongtuluran, & Syaharuddin (2017) etika kerja merupakan sikap, pandangan, kebiasaan, ciri-ciri maupun sifat mengenai cara bekerja yang dimiliki oleh seseorang. Terdapat tiga etika kerja yang harus dimiliki oleh setiap orang yaitu (Santoso, 2022):

1. Bertanggung jawab terhadap pekerjaan
2. Disiplin waktu
3. Menghormati orang lain

Dapat dilihat bahwa kriteria SPG akan berbeda-beda pada tiap *event* dan produk yang dijualkan. Namun, terdapat satu kriteria yang sama yakni berpenampilan menarik. Melalui hasil wawancara terhadap tujuh SPG di Kuta Selatan, semua SPG merawat tubuhnya dengan baik seperti *skincare*, *bodycare*, dan juga *makeup* saat bekerja. Wawancara dengan SPG, Qurnia Pratiwi, menyebutkan bahwa:

“...sedia pakaian dan *heels*, juga catokan *curly* rambut. Untuk perawatan tubuh lebih ke *skincare* dan juga *gym*...” (Qurnia Pratiwi, wawancara pada 22 November 2023).

Perawatan tubuh dari SPG Qurnia Pratiwi adalah selain *skincare*, ia juga rutin olahraga *gym*. Olahraga *gym* yang dilakukan agar tetap menjaga bentuk tubuh yang proporsional serta menjaga kesehatan tubuh. Selain itu wawancara dengan SPG, Ica Jesika menyebutkan bahwa:

“...rutin *eyelash extension* untuk menunjang *makeup*, agar tidak perlu *makeup* yang terlalu tebal...” (Ica Jesika, wawancara pada 24 November 2023).

Menurut Synnott (2007:115) wajah merupakan simbol utama dari diri seseorang, bersifat fisi dan personal. Namun dapat pula bersifat publik dan juga sangat privat dan intim.

Wajah juga menjadi penentu dasar bagi persepsi kecantikan seseorang, dan persepsi ini membuka penghargaan diri secara tidak langsung. Kecantikan dinilai lebih penting bagi perempuan dibandingkan laki-laki, terlebih bagi perempuan yang berprofesi sebagai SPG. Perempuan yang dikaruniai wajah yang cantik, serta dipoles menggunakan *makeup* akan membuat tampilan wajah SPG menjadi lebih menarik dan dapat memberikan perhatian khusus bagi pengunjung yang melihatnya. Wajah pula menunjukkan suasana hati serta emosi bahkan terlebih dapat mengutarakan karakter serta kepribadian. Maka dari itu tubuh simbolis menurut Synnott dalam profesi SPG sangat diutamakan dalam tubuh sosial SPG.

Rambut juga memiliki peranan penting bagi SPG selain wajah yang cantik. Rambut adalah salah satu simbol dari identitas individu yang merupakan pilihan bebas daripada sesuatu yang ditentukan atau diberikan sejak lahir (Synnott, 2007:163). SPG dibebaskan untuk menata rambutnya sedemikian cantik dan indah, yang lebih difokuskan untuk menjadi SPG adalah tidak bertato. Rambut SPG dapat dikeriting, dicat dengan warna-warna yang disukai, diluruskan, berponi, dengan tampilan rambut panjang ataupun pendek. Tidak menutup kemungkinan juga perempuan yang berprofesi sebagai SPG dapat memiliki tato, tergantung dari syarat yang diberikan oleh perusahaan maupun EO dan *agency*.

Maka SPG harus memiliki persyaratan-persyaratan penampilan yang telah dijelaskan di atas secara rinci. Kiranya terdapat persyaratan selain penampilan yang tidak luput harus dimiliki oleh SPG itu sendiri. Seperti komunikasi yang baik dan juga efektif. Menurut Sander (dalam Renaldo, 2023) komunikasi yang efektif merupakan cara terbaik untuk membangun hubungan yang baik dengan calon pembeli, dengan terbangunnya hubungan tersebut maka rasa kepercayaan akan timbul dan calon pembeli akan nyaman untuk membeli produk yang SPG tawarkan.

### 4.3. OBJEKTIVASI TUBUH SPG DALAM PERSPEKTIF TUBUH SOSIAL

Objektivasi dapat berasal dari kata objek atau benda, yang berarti objektivasi adalah memandang sesuatu sebagai objek atau benda (Kuntowijoyo, 2023). Dalam kaitannya objektivasi dengan tubuh perempuan yang berprofesi sebagai SPG yakni *Sales Promotion Girl* merasa dirinya harus tampil cantik dan menarik agar sesuai dengan persyaratan SPG dan simbol yang dimiliki oleh masyarakat (Agow, 2017). Misalnya dengan menggunakan makeup dan berpakaian yang rapi agar citra sebagai SPG masih tertanam di dalam diri SPG tersebut. Bekerja sebagai SPG dengan modal penampilan yang menarik akan mengundang banyak pengunjung yang tertarik ingin menghampiri *booth* SPG, terlebih pada pengunjung laki-laki. Hal ini didukung oleh pernyataan dari Rohmaniyah (2020) bahwa dalam konstruksi patriarki, perempuan ditempatkan sebagai objek dari realitas yang dilihat dari perspektif laki-laki, serta tubuh perempuan menjadi objek seksualitas.

Objektivasi yang terjadi pada SPG seringkali tidak disadari, sesungguhnya objektivasi SPG dalam bentuk penampilan telah dimulai saat adanya lowongan SPG yang menyertakan kriteria seperti cantik, putih, dan segala kriteria yang menyangkut tubuh. SPG yang mengetahui kriteria tersebut dan tetap mendaftar sebagai SPG berarti mereka menerima secara sadar ataupun tidak apabila mereka akan dijadikan objek oleh perusahaan yang merekrut. Ketika seseorang memutuskan untuk berprofesi sebagai SPG, sedari awal mereka mendaftar kemudian *training* seperti menunjukkan bahwa mereka telah terobjekkan dan tidak menjadi dirinya sendiri sebagai subjek.

Setelah proses bahwa seseorang diterima menjadi SPG, kemudian di *training* dan pada saat *event* SPG masih dalam masa percobaan. SPG senantiasa diawasi dan diajarkan cara untuk berjualan, serta harus menaati peraturan untuk tidak main *handphone* maupun duduk. Hal ini juga tidak

lepas dari objektivasi dari *event organizer*, *agency* maupun perusahaan kepada SPG. Kemudian apabila dilihat cara kerja SPG sudah baik dan sesuai maka SPG dapat diberikan kebebasan untuk bekerja tanpa diawasi. SPG mungkin terlepas dari objektivasi perusahaan, *event organizer* dan *agency* tetapi tidak terlepas dari objektivasi yang dilakukan oleh pembeli ke ranah yang lebih privat.

Objektivasi yang terjadi pada profesi SPG terjadi dalam berbagai bentuk seperti penampilan fisik, profesionalitas kerja, keharusan berseragam, serta objektivasi dari perlakuan yang diterima. Wawancara dengan SPG mengenai objektivasi yang terjadi akan menghasilkan berbagai respon-respon yang dapat dianalisis menggunakan teori tubuh sosial dari Mary Douglas. Mary Douglas (1966) dalam bukunya menjelaskan bahwa terdapat tiga elemen dari tubuh sosial yaitu diri, masyarakat dan simbol. Dijelaskan kembali bahwa tubuh sosial yang memaksakan suatu cara agar tubuh fisik dapat diterima oleh masyarakat. Dari norma yang mengatur tubuh sosial kemudian membatasi bagaimana tubuh fisik dirasakan dan berfungsi oleh setiap individunya. Tubuh juga dapat selalu bertahan dalam sebuah sistem yang mengikatnya. Douglas melihat tubuh sebagai diri yang selalu dimaknai secara sosial. Menurut Rustyfuri & Hendrastomo (2016) makna-makna yang timbul tersebut kemudian dipaksakan ke dalam tubuh sebagai diri agar sesuai dengan budaya yang berlaku di sebuah masyarakat.

Dalam penjelasan mengenai diri, SPG memang sudah memiliki kriteria penampilan seperti yang telah dipaparkan dalam penjelasan tubuh sosial SPG yaitu memiliki tinggi badan minimal 160 cm dengan berat badan proporsional, "*good looking*", serta cantik. Selain itu sebagian besar SPG diberikan seragam yang merepresentasikan produk yang dijualnya. Seragam yang diberikan bervariasi tergantung dari *event* yang berlangsung serta produknya. SPG yang memakai seragam terbuka atau menunjukkan lekuk tubuhnya dapat menarik perhatian calon

pembeli terkhusus laki-laki. Hal tersebut sedikit demi sedikit membentuk *stereotype* mengenai SPG bahwa SPG memang selalu berpakaian terbuka, centil, dan dapat dirayu atau digoda.

Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan dokumen yang berisi mengenai instruksi tertulis yang dibakukan dan terdiri dari cara melakukan pekerjaan, waktu pelaksanaan, tempat penyelenggaraan serta aktor yang berperan dalam kegiatan kerja (Insani dalam Sinaga, 2017). Sedangkan menurut Sinaga (2017) SOP merupakan peraturan tertulis yang digunakan untuk mengontrol perilaku pekerja dalam sebuah perusahaan, selain itu juga untuk mengatur cara pekerja melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. SOP pada tiap perusahaan berbeda-beda, terlebih SOP untuk pekerja SPG yang akan berbeda-beda pada tiap produk dan juga *event*.

Adanya SOP seragam yang telah dirumuskan oleh perusahaan, apalagi jika SOP seragam yang diberikan terbuka, menunjukkan lekuk tubuh, dan ketat akan memberikan respon-respon yang sebagian besar sebagian besar SPG merasa tidak nyaman saat memakai seragam yang terbuka dikarenakan mengganggu aktivitas mereka saat menawarkan produk. Terlebih terdapat pula pelecehan yang dilakukan oleh pengunjung seperti kata-kata yang bersifat negatif seperti menggoda untuk memangku SPG dengan embel-embel akan membeli produknya. Bahkan yang lebih parah menawarkan SPG setelah mereka selesai bekerja untuk lanjut menemani orang tersebut.

Hasil wawancara dengan tujuh SPG menyebutkan bahwa mereka pernah mengalami momen tubuh terobjekkan seperti laki-laki melihat bagian tubuh SPG yang membendakan dan berfokus pada bagian tertentu. Bahkan ada yang tidak segan untuk menghampiri dan meminta nomor HP. Menurut Douglas (1966) setiap simbol alamiah yang berasal dari tubuh ini memuat pemaknaan sosial. Sangat disayangkan apabila SPG memiliki sebuah simbol bahwa SPG adalah perempuan yang bekerja dengan pakaian

terbuka, dapat digoda, dan dapat lebih parah seperti ke arah prostitusi. Selain itu, dengan adanya simbol tersebut maka masyarakat terutama laki-laki dapat menormalisasi perbuatannya untuk merayu, menggoda bahkan menyentuh tubuh perempuan SPG. Simbol ini tentunya terbentuk dari masyarakat yang melihat SPG sebagian besar berpakaian terbuka.

#### 4.4. RESPONS SPG TERHADAP OBJEKTIVASI YANG DITERIMA

Melalui hasil wawancara dengan tujuh SPG, terdapat satu SPG yang memiliki respon unik bahwa SPG tersebut senang dilihat oleh banyak orang bahkan jika dilihat dalam pandangan negatif seperti melihat bagian tubuh dan mengobjekkan. SPG tersebut tidak merasa risih dan cuek saja. Respon dari SPG ini dapat dianalisis menggunakan teori feminisme eksistensial.

Psikoanalisis eksistensial Sartre merupakan proyek untuk menemukan kedirian manusia sebagai entitas yang bebas. Bahkan Sartre menegaskan bahwa "*hidup bukanlah soal menemukan dirimu, tetapi menciptakan dirimu*". Dalam kesempatan lain Sartre berucap "*manusia itu bebas, bahkan manusia adalah kebebasan itu sendiri*". Bagi Sartre, manusia yang merasa hidupnya tidak bebas dapat dikatakan berada dalam *mauvaise foi* atau "keyakinan yang buruk" (Nugroho, 2021).

Menurut Nugroho (dalam Ningsih, 2020) berdasarkan eksistensial Sartre, feminis eksistensial Beauvoir menganjurkan perempuan untuk hidup secara otentik yakni memunculkan kesadaran bahwa pada hakekatnya mereka bebas, tak terikat dengan segala aturan, hukum, nilai, norma dan *stereotype* yang ada. Dalam hal ini, feminis eksistensial menilai wanita dengan *mauvaise foi* "keyakinan buruk" yaitu perempuan terjebak dalam keyakinan yang buruk dalam bentuk-bentuk *stereotype* dan cenderung menjadi inferior laki-laki. Simone de Beauvoir (dalam Rajagugkuk, 2020) teori feminisme eksistensial perempuan seringkali dijadikan

objek bagi laki-laki.

Dalam penelitian ini SPG menyadari seutuhnya bahwa mereka bekerja bermodalkan penampilan yang menarik serta didukung dengan perawatan diri untuk menunjang profesinya. SPG juga menyadari bahwa dengan penampilan menarik atau “*good looking*” yang dimilikinya dibalut dengan seragam bekerja yang telah diberikan perusahaan dimana sebagian besar seragam yang diberikan adalah seragam yang memperlihatkan lekuk tubuh atau terbuka. Maka perpaduan tersebut akan menjadi bumerang saat SPG sedang bekerja. Bumerang yang kerap kali diterima SPG saat bekerja adalah pelecehan verbal godaan melalui kata-kata.

SPG kerap dijadikan objek bagi pengunjung maupun pembeli. Penampilan yang menarik ditunjang dengan seragam yang digunakan SPG saat bekerja seringkali disalahartikan oleh orang lain. Wawancara dengan tujuh SPG menghasilkan bahwa mereka seringkali merasa terobjekkan oleh orang lain, dan hal tersebut tentu membuat SPG menjadi risih saat menawarkan produknya.

Perasaan risih yang mereka alami merupakan perasaan wajar dan memang seyogyanya seperti itu apabila merasa orang lain melakukan sesuatu yang tidak seharusnya pada diri seseorang. Namun, salah satu respon SPG merasa senang apabila dirinya saat bekerja sebagai SPG diobjekkan oleh orang lain. Berdasarkan respon senang tersebut menunjukkan bahwa dirinya senang apabila dipandang oleh orang lain itu termasuk salah satu bentuk eksistensi dirinya. SPG tersebut sudah diberi ruang termasuk perhatian dari orang lain, dengan cara dilihat atau dipandang oleh orang lain. Eksistensialisme yang dipilih tiap orang berbeda-beda, ada yang merasa buruk dan ada pula yang merasa eksis dikarenakan menambah rasa kepercayaan diri.

## 5. KESIMPULAN

Melalui beberapa fakta yang diungkapkan

para SPG menunjukkan bahwa SPG kerap merasa tubuhnya digunakan sebagai alat untuk menjualkan suatu produk. *Stereotype* yang diberikan masyarakat bahwa SPG selalu berpakaian terbuka, centil dan dapat digoda menjadikan SPG yang sedang berjualan seringkali mendapatkan gangguan. Gangguan tersebut seperti godaan para pembeli, bahkan hingga lebih parah seperti ajakan SPG untuk lanjut bekerja setelah bekerja menjadi SPG. SPG dengan profesionalitasnya harus tetap melayani pembeli tersebut dengan ramah dikarenakan SPG masih menggunakan seragam bekerja dan masih membawa nama perusahaan. Aturan bagaimana SPG bersikap dan berpakaian sudah diatur dalam Standar Operasional Prosedur yang dimiliki oleh perusahaan. Maka SPG diwanti-wanti untuk tetap berhati-hati serta selalu menjaga sikap saat bekerja.

Objektivasi yang terjadi pada profesi SPG terjadi dalam berbagai bentuk seperti penampilan fisik, profesionalitas kerja, keharusan berseragam, serta objektivasi dari perlakuan yang diterima. Dalam teori tubuh sosial, Mary Douglas menjelaskan bahwa tubuh sosial membatasi bagaimana tubuh fisik dapat dirasakan dan berfungsi oleh setiap individunya. SPG yang bekerja sebagian besar menggunakan seragam yang telah disediakan oleh perusahaan, *event organizer, dan agency*. Seragam yang diberikan tentunya untuk menarik perhatian calon pembeli yaitu dengan seragam yang terbuka dan menunjukkan lekuk tubuh SPG. Strategi tersebut akan membentuk diri SPG menjadi *stereotype* bahwa SPG selalu berpakaian terbuka. Kemudian masyarakat yang melihat profesi SPG akan menyetujui bahwa *stereotype* tersebut benar adanya. Masyarakat menjadi subyek yang melihat bagaimana profesi SPG bekerja yang dapat bersumber dari pengalaman masyarakat yang membeli atau sekedar ditawarkan produk oleh SPG.

Dikarenakan masyarakat yang menjadi subyek dalam menilai SPG, akan membentuk sebuah simbol alamiah yang memuat

pemaknaan sosial. Adanya pemaknaan sosial dari masyarakat kiranya dapat membentuk simbol mengenai profesi SPG yang dikenal oleh masyarakat sebagai perempuan yang selalu memakai pakaian seksi dan terbuka bahkan dapat lebih parah seperti ke arah prostitusi membentuk simbol di masyarakat. Selain itu, dengan adanya simbol tersebut maka masyarakat terutama laki-laki dapat menormalisasi perbuatannya untuk merayu, menggoda bahkan menyentuh tubuh perempuan SPG. Namun jika dikaji menggunakan feminisme eksistensial hidup secara otentik atau bebas melalui pandangan SPG, mereka yang merasa senang apabila diobjekkan merupakan pilihan hidupnya sendiri. SPG bebas hidup dengan eksistensi yang diinginkan seperti apa dan bagaimana dikarenakan itu merupakan hak dan kebebasan dari setiap orang.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku;

- Douglas, Mary. 1966. *Purity and Danger*. New York: Routledge.
- Moleong, Lexy J. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Nugroho, Wahyu Budi. 2021. *Sosiologi Kehidupan Sehari-hari*. Yogyakarta: Pustaka Egaliter.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Synnott, Anthony. 2007. *Tubuh Sosial Symbolisme, Diri, dan Masyarakat*. Bandung: Jalasutra.

### Jurnal;

- Baene, Rosmawati., Nasution, Ilham Ramadhan., & Atika, Diyah. 2023. Peranan Anggaran Biaya Operasional dalam Meningkatkan Efisiensi Pada PT. Sop Sumsum Langsa. *Jurnal Akuntansi*. Vol 2 (2). Medan: Universitas Dharmawangsa.
- Damayanti, Reva., & Hikmah, Nurul. 2021. Syarat Berpenampilan Menarik pada Informasi Lowongan Pekerjaan Sebagai

- Salah Satu Diskriminasi dalam Dunia Kerja. *Jurnal Hukum*. Vol 9 (3). Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Hadji, Rusni., Nurdin, H., & Ismail, Lukman. 2020. Persepsi Sosial terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan (Studi Kasus *Sales Promotion Girl* di Mall Ratu Indah Makassar). *Jurnal Pendidikan*. Vol 1 (1).
- Lestari, Nur Afta. 2012. Eksploitasi Pada Perempuan *Sales Promotion Girls*. *Jurnal Komunitas*. Vol 4 (2). Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Margaretha, Meiley., & Wandani, Ni Komang Ayu Surya. 2022. Dampak Pekerjaan Sebagai Panggilan Terhadap Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasional. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol 11 (1). Bandung: Universitas Kristen Maranatha.
- Munir, Abdul., Wahyudi, Septian., & Zainal. 2020. Tinjauan Kriminologi terhadap *Sensual Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Produk yang Diperankan oleh *Sales Promotion Girl* di Kota Pekanbaru. *Jurnal Wedana*. Vol 6 (2). Riau: Universitas Islam Riau.
- Rustyfuri, Enggar., & Hendrastomo, Grendi. 2016. Gaya Busana Muslimah dalam Konsumsi
- Tanjung, Marilang Abd. Jalil. 2022. Perlindungan Hukum terhadap Eksploitasi Tubuh Sales Promotion Girl (SPG); Studi Komparasi Hukum Islam Dan Hukum Positif. *Jurnal Shautuna*. Vol 3 (1). Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

### Skripsi;

- Dewi, Istianah Rosita. 2023. *Upaya Meningkatkan Perilaku Sopan Santun Melalui Bermain Peran Makro Kelompok B Di Tk Pratiwi 1 Sumberejo Klaten Tahun Pelajaran 2023/2024*. Skripsi. Surakarta: Universitas Islam Negeri Raden Mas Said.
- Pahlevi, Reza Rizki. 2019. *Analisis Peran Sales Promotion Girl (SPG) terhadap*

*Media Pemasaran dalam Meningkatkan Omset Perusahaan (Studi Kasus PT Multi Media Seluler Kota Metro). Skripsi.* Jakarta: Institut Agama Islam Negeri.

Rajaguguk, Meslina. 2013. *Pengaruh Feminitas terhadap Olivia dan Victoria dalam Novel Mirror Image. Skripsi.* Bandung: Universitas Komputer Indonesia.

**Website;**

Farih, Awan. 2020. *Good Looking.* Diakses pada tanggal 31 Oktober 2023 dalam laman <https://osf.io/yvb49/download/?format=pdf>.

Fauziah, Novie. 2022. *5 Syarat Jadi SPG di Pameran Otomotif.* Diakses pada tanggal 9 April 2023 dalam laman <https://otomotif.sindonews.com/read/732715/183/5-syarat-jadi-spg-di-pameran-otomotif-no-5-tahan-godaan-pengunjung-nakal-1649041445>.

Riadi, Muchlisin. 2020. *Sales Promotion Girl (SPG)-Pengertian, Fungsi, Jenis, Syarat, dan Job Desk.* Diakses pada tanggal 14 Maret 2023 dalam laman [https://www.kajianpustaka.com/2020/11/sales-promotion-girl-spg.html#:~:text=Menurut%20Poerwodarminto%20\(1991\)%2C%20SPG.usaha%20untuk%20menarik%20perhatian%20konsumen](https://www.kajianpustaka.com/2020/11/sales-promotion-girl-spg.html#:~:text=Menurut%20Poerwodarminto%20(1991)%2C%20SPG.usaha%20untuk%20menarik%20perhatian%20konsumen).

Tantri, Susanto. 2014. *Persepsi Sales Promotion Girl (SPG) terhadap Profesinya dan Respon SPG terhadap Persepsi Masyarakat.* Diakses pada tanggal 31 Oktober 2023 dalam laman <http://ejournal.uajy.ac.id/6115/1/JURNAL%20SOS02836.pdf>.

Badung Tourism. 2017. *Bali Mandara Toll Road.* Diakses pada tanggal 26 November 2023 dalam laman <https://badungtourism.badungkab.go.id/detail-obyek-wisata/detail/TBM01/tol-bali-mandara.html#:~:text=Panjang%20jalan>

[%20tol%20yang%20diresmikan,12%2C5%20km%20di%20Kanada](#).

BPS Kabupaten Badung. 2022. *Kecamatan Kuta Selatan dalam Angka.* Diakses pada tanggal 26 November 2023 dalam laman <https://badungkab.go.id/storage/kab/file/01.%20kecamatan-kuta-selatan-dalam-angka-2022cetakan%20I.pdf>.

BPS Provinsi Bali. 2022. *Banyaknya Hotel Bintang Menurut Kelas dan Kabupaten/Kota di Provinsi Bali 2020-2022.* Diakses pada tanggal 26 November 2023 dalam laman <https://bali.bps.go.id/indicator/16/222/1/banyaknya-hotel-bintang-menurut-kelas-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-bali.html>.

CNN. 2023. *Bali Ungguli London dan Paris dalam Destinasi Terpopuler di Dunia 2023.* Diakses pada tanggal 26 November 2023 dalam laman <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20230125142759-269-904701/bali-ungguli-london-dan-paris-dalam-destinasi-terpopuler-di-dunia-2023#:~:text=Bali%20menjadi%20destinasi%20terpopuler%20kedua,di%20Inggris%20dan%20Paris%2C%20Prancis>.

Finaka, Andrean W. 2022. *Patung GWK, Representasi Dewa Pelindung Alam Semesta.* Diakses pada tanggal 26 November 2023 dalam laman <https://indonesiabaik.id/infografis/patung-gwk-representasi-dewa-pelindung-alam-semesta>.

PemKab Badung. 2020. *Potensi Pembangunan.* Diakses pada tanggal 26 November 2023 dalam laman <https://kutaselatan.badungkab.go.id/potensi-pembangunan-658>.

Renaldo, Joshua. 2023. *Sales Promotion Girl (SPG): Apa Itu, Tugas, Kriteria, Jenis, & Gaji.* Diakses pada tanggal 27 November 2023 dalam laman <https://glints.com/id/lowongan/spg-adalah/>.

Santoso, Joseph Teguh. 2022. *Etika Yang*

*Wajib Dimiliki Karyawan.* Diakses pada tanggal 30 November 2023 dalam laman <https://stekom.ac.id/artikel/etika-yang-wajib-dimiliki-karyawan>.

Sulistyawati, Anik. 2022. *4 Alasan Bali Cocok Jadi Lokasi Event Internasional Menurut*

*Pakar Wisata UNS.* Diakses pada tanggal 26 November 2023 dalam laman <https://news.solopos.com/4-alasan-bali-cocok-jadi-lokasi-event-internasional-menurut-pakar-wisata-uns-1483178>.