

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Fenomena kehadiran *Sales Promotion Girl* rokok berangkat dari banyaknya masyarakat sekitar yang merupakan seorang perokok. Berdasarkan Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI, Indonesia menempati posisi ke-3 dengan jumlah perokok terbanyak di dunia. Posisi tersebut memberikan peluang bagi perusahaan-perusahaan rokok untuk lebih memasarkan produk rokoknya secara langsung dengan konsumen, terutama dalam sistem marketing. Di sinilah keterlibatan seorang *sales* sebagai ujung tombak perusahaan atau industri dibutuhkan secara intensif.

Sales adalah pekerjaan yang bergerak pada bidang penawaran barang atau jasa kepada para konsumen. Pekerjaan ini menjanjikan jenjang karir yang cukup baik dan jumlah penghasilan yang tergolong tinggi (Siswanto Sutojo, 2000:38). *Sales* bertugas melayani konsumen, kepuasan konsumen menjadi hal yang utama. Jasa *Sales* menjadi salah satu cara promosi yang banyak digunakan oleh produsen atau perusahaan.

Fenomena promosi menggunakan jasa *Sales Promotion Girl* (yang selanjutnya akan di singkat menjadi SPG) semakin marak dilihat dari banyaknya perusahaan yang menggunakan jasa mereka untuk mempromosikan maupun menjual produknya secara langsung. Jasa SPG juga banyak digunakan dalam sebuah *event*, seperti pameran atau peluncuran produk baru. Keberadaan fisik seorang perempuan yang mempunyai daya tarik tersendiri membuat perusahaan-perusahaan cenderung memilihnya untuk kepentingan pemasaran. Penampilan SPG yang menarik dianggap dapat membantu memperkenalkan suatu produk dan mengundang perhatian konsumen terhadap produk tersebut. Dengan kemampuan yang baik, SPG yang berpenampilan menarik diharapkan dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Kesesuaian antara produk yang dipromosikan dengan kualifikasi SPG akan meningkatkan daya tarik konsumen pada produk yang dipromosikan, sehingga secara fungsional dapat mengangkat citra produk, terutama produk konsumsi langsung.

Terdapat keyakinan produsen rokok bahwa penampilan (pakaian, perilaku, bahasa) SPG yang menarik sangat mempengaruhi penjualan. Hal ini secara tidak langsung, sales juga mengkonstruksi pemikiran SPG dan pemahaman masyarakat. Maka muncullah stigma negatif terhadap para SPG rokok.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan fenomena yang terjadi tersebut, penelitian penulis akan memfokuskan kajiannya pada bagaimana stigmatisasi yang sering bermunculan disekitar lingkungan subjek, dan apa yang membuat subjek ini bertahan diantara stigma-stigma negatif yang sering bermunculan disekitar lingkungan kehidupan subjek ini. Adanya stigma yang muncul pada profesi SPG rokok dilatarbelakangi oleh berbagai hal, tetapi hal tersebut tidak mengurangi profesi SPG dalam hal sektor lapangan kerja meskipun di lain sisi masih banyak pekerjaan yang tidak selalu mendapat citra negatif halnya SPG rokok. SPG rokok sangat rentan dengan stigma negatif karena dengan penampilan yang terbuka dan berbagai citra negatif dari masyarakat yang muncul, sehingga peneliti ingin memfokuskan penelitian dan bertujuan untuk menjawab permasalahan bagaimana stigmatisasi yang terjadi pada SPG rokok L.A di Surabaya.

1.3 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang sebagaimana telah diuraikan, maka penelitian yang diteliti adalah proses stigmatisasi SPG rokok. Khususnya para SPG rokok yang berada dan ditugaskan di Surabaya. Maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjawab permasalahan sebagai berikut: Bagaimana stigmatisasi yang terjadi pada *sales promotion girl* (SPG) rokok L.A di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian dan rumusan masalah masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah menjelaskan lebih detail bentuk stigmatisasi yang terjadi pada Sales Promotion Girl (SPG) Rokok L.A di Surabaya

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Studi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan akademis terhadap kajian komunikasi dan diharapkan mampu memberikan wacana yang baru bagi stigmatisasi sales promotion girl rokok (SPG) dalam perspektif komunikasi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian tentang stigmatisasi pada Sales Promotion Girl adalah :

- Untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh selama berada pada proses pembelajaran kuliah untuk melihat secara langsung

kehidupan sosial yang dalam penelitian ini merujuk pada stigmatisasi pada Sales Promotion Girl (SPG) Rokok L.A.

- Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai masukan tentang stigmatisasi pada Sales Promotion Girl (SPG) Rokok L.A.
- Diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi dan wacana bagi mahasiswa yang tertarik meneliti lebih luas mengenai stigmatisasi yang terjadi pada Sales Promotion Girl (SPG) Rokok L.A.
- Sebagai tambahan pengetahuan bagi masyarakat mengenai Sales Promotion Girl (SPG) Rokok L.A dan diharapkan dari tambahan pengetahuan tersebut masyarakat mampu melihat dengan bijak dan secara objektif.
- Studi ini juga diharapkan dapat memberikan referensi dan dapat dijadikan acuan untuk studi-studi selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Penyusunan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab (Sjafi'I, Koesbandriajo, Jupriono, Sudaryanto, 2016) sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi kerangka umum penulisan skripsi, yaitu : Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Kerangka teori menjelaskan mengenai : Penelitian Terdahulu dan critical review yang digunakan oleh peneliti sebagai referensi dalam penyusunan penelitian ini, Kerangka Teori menjelaskan teori dan konsep yang digunakan seperti pengertian Ilmu komunikasi, proses komunikasi, Tujuan Komunikasi, Teori Sosiokultural, Teori Interaksi Simbolik, Teori Stigma, dan Kerangka Berpikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian menjelaskan tentang metode kualitatif yang digunakan, Tipe Penelitian, Peran Penelitian, Lokasi Penelitian, Sumber Data dan Teknis Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Keabsahan Data.

BAB IV PEMBAHASAN

Pembahasan dalam bab ini berisikan tentang hasil deskripsi obyek, gambaran umum pt djarum, sekilas tentang rokok L.A, lokasi

penelitian, penyajian data, identitas informan, hasil wawancara informan, pembahasan, interaksi simbolik pada spg rokok ,stigmatisasi *sales promotion girl* rokok L.A, labeling, stereotip, separation, diskriminasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan peneliti akan penelitian stigmatisasi SPG rokok L.A di Surabaya.