

**KONSTRUKSI MAKNA MAHASISWI SEBAGAI
SPG (SALES PROMOTION GIRL) FREELANCE DI KOTA PEKANBARU**

By: Arfryani Lolyna

Email: arflolyna@gmail.com

Counsellor: Dr. Noor Efni Salam, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Manajemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau, Pekanbaru
Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12.5 Simpang Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63272

ABSTRACT

Freelance SPG is one type of side jobs are much interested by the female students. In Pekanbaru itself, this phenomenon among student quite rapidly because the Event Organizer (EO) is usually recruit student as their SPG. This study aims to know the motive, the meaning and the student communication experiences as a freelance SPG in Pekanbaru.

This study uses qualitative research with phenomenological approach. Informants in this study were 5 female students who worked as a freelance SPG who has been selective purposively. Data collection techniques is used by observation, depth interview, and documentation. To achieve the validity of the data in this study, researcher used the extension of participation and triangulation.

This study shows that the motive student working as a freelance SPG past motive (because motive) is economic needs, utilizing the time, and the influence of other; as well as the motive future (in order to motive) is add work experience and get a better job. The meanings student of their jobs as a freelance SPG is a pleasant communication experience that is get a lot of new experiences, understand the character of people, receive the praise from others, as well as being more communicative; as well as the unpleasant communication experience is consumer abuse, bad responses and the views of society, and the negative stamp from society.

Keyword: meaning construction, SPG freelance, motive, communication experience

PENDAHULUAN

Menjadi seorang mahasiswa merupakan kebanggaan tersendiri bagi orang-orang yang menyandangnya. Hal tersebut karena mahasiswa dianggap sebagai seseorang yang memiliki tingkat intelektualitas tinggi, dewasa, mandiri, dan bisa diajak untuk melakukan segala kegiatan yang berhubungan dengan kemanusiaan.

Menurut bahasa, kata mahasiswa berasal dari kata maha dan siswa. Maha berarti tinggi, sedangkan siswa berarti pelajar. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, mahasiswa adalah orang yang telah terdaftar di perguruan tinggi, baik negeri swasta. Mahasiswi merupakan mahasiswa wanita. Jadi, secara istilah dapat dikatakan bahwa mahasiswi adalah mahasiswa wanita yang memiliki kecerdasan intelektual dan moral yang dapat digunakan atau diterapkan dalam kehidupan sosial (lihat dalam <http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/kbbi/index.php>).

Mahasiswi memang memiliki keunikan tersendiri di sistem jenjang pendidikannya. Salah satunya adalah waktu belajarnya, yaitu berkisar antara 3 sampai 4 jam perhari. Kegiatan berupa datang ke kampus, kuliah menunggu dosen, dan jika dosen tidak ada mereka akan pulang atau ke kantin. Mahasiswi yang jeli melihat waktu-waktu kosong, tak ada dosen atau sehabis pulang kuliah tak ada kegiatan, mereka akan memanfaatkan waktu itu untuk hal-hal yang berguna. Salah satunya adalah dengan kerja sambilan.

Pernyataan ini senada dengan berita berikut ini. Seperti yang dikutip pada salah satu portal berita dan bisnis Riau, beragam alasan melatarbelakangi mahasiswi kuliah sambil kerja, mulai dari masalah ekonomi sampai hanya karena ingin mengisi waktu luang. Salah satu pekerjaan yang banyak digeluti mahasiswi adalah SPG (*Sales Promotion Girl*). Banyak mahasiswa terutama perempuan yang memilih pekerjaan paruh waktu menjadi SPG. SPG bisa dibagi menjadi beberapa bagian, sesuai divisi yang diinginkan. Menjadi SPG untuk menjual sebuah produk atau

menjaga sebuah *store* menghasilkan uang yang sangat lumayan untuk tambahan jajan (Liputan 6, 2014: <http://bertuahpos.com/lifestyle/5-pekerjaan-paruh-waktu-yang-cocok-untuk-mahasiswa.html>).

Artikel di situs Kompasiana memaparkan bahwa salah satu tugas SPG adalah memberikan rangsangan minat bagi konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Sehingga bahasa tubuh seorang SPG merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen. Menurut Lutfiyah bahasa tubuh seorang SPG adalah sebagai berikut: pakaian ketat (*press body*); riasan wajah (*make up*); memasang muka yang menyenangkan, murah senyum, dan ramah; membawa sampel yang bisa dicoba oleh costumer (Lutfiyah, 2014: <http://kesehatan.kompasiana.com/kejiwaan/2014/03/01/rahasia-dibalik-bahasa-tubuh-spg-rokok-638682.html>).

Menurut Andi (2011: 21) pengertian SPG *freelance* sendiri adalah jenis SPG yang bekerja jika hanya ada *event* dan tidak dituntut untuk bekerja sebulan penuh dan juga SPG ini tidak terikat pada aturan formal perusahaan, sebab ia tidak dikontrak untuk menjadi karyawan tetap di sebuah perusahaan. Jadi SPG ini dapat bekerja sesuai dengan waktu yang diinginkan.

Namun demikian, masih banyak orang yang menganggap seorang wanita (muda) yang menjadi seorang SPG dilihat dengan sebelah mata karena pakaian seksi dan riasan wajah yang berlebihan. Misalnya para *frontliner* produk (khususnya rokok) sebetulnya mereka adalah para wanita pintar yang melakukan pekerjaan ini disela-sela kesibukannya kuliah, atau bahkan berprofesi penuh sebagai seorang SPG. Dan sudah jelas tidak mudah untuk menjadi mereka, fisik wajib tahan banting. Coba bayangkan anda harus jalan berkeliling untuk menawarkan produk tersebut. Kadang, dalam posisi memakai *high heels* yang tentunya sangat tidak mudah untuk dilakukan (Endrawan, 2012:

http://www.kompasiana.com/baskoro_endr

awan/jadi-spg-rokok-kenapa-tidak_550eafd9813311852cbc66f7).

Menurut Lahede dalam Yolanda (2013), dengan dandanan seksi, rok pendek plus atasan dengan belahan dada sedikit terbuka, tak ayal lagi belahan dada pun menjadi tontonan gratis. Melihat performance seseorang SPG membuat perempuan dihadapkan pada situasi kerja yang tidak aman. Sikap calon konsumen terkadang kurang sopan, misalkan berupa siulan, komentar, bisikan atau gambar, memegang, menyenuh, atau meraba bagian-bagian tubuh tertentu yang semuanya mengarah pada pelecehan. Hal ini sering menyebabkan para SPG mengalami konflik personal. Di sisi lain mahasiswi yang bekerja sebagai SPG, akan mengalami konflik peran yang tentunya sulit untuk memilih peran yang mana yang harus diutamakan.

Di Pekanbaru, fenomena SPG dikalangan mahasiswi dapat dikatakan cukup pesat. Berdasarkan hasil penelitian Yolanda (2013), beberapa EO (*Event Organizer*) di Pekanbaru merekrut mahasiswi sebagai SPG, seperti EO Zamrud Pekanbaru yang 40% SPG-nya mahasiswi, EO Tio House yang merekrut 13 orang mahasiswi, serta EO W & B Production Pekanbaru yang mempunyai 20 orang SPG yang berstatus mahasiswi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa cukup banyak mahasiswi di Kota Pekanbaru yang berprofesi sebagai SPG.

Mahasiswi yang berprofesi sebagai SPG *freelance* merupakan salah satu fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Mahasiswi sendiri tentu saja memiliki pemaknaan yang berbeda terhadap aktivitas yang dilakukannya, yakni ketika ia memandang status sebagai mahasiswi dan harus bersikap profesional saat bekerja sebagai SPG.

Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *Phainoai*, yang berarti “menampak” dan *phainomenon* merujuk pada “yang menampak”. Istilah fenomenologi diperkenalkan oleh Johan Heirinkh. Pelopor aliran fenomenologi adalah Edmund Husserl. Jika dikaji lagi

fenomenologi itu berasal dari *phenomenon* yang berarti realitas yang tampak dan *logos* yang berarti ilmu. Jadi fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak. Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubektivitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain) (Kuswarno, 2009: 2).

Perilaku aktual manusia haruslah dikaji berdasarkan orientasi subjektif mereka sendiri. Alfred Schutz (1972) melalui karya klasiknya *The Phenomenology of the Social World*, tertarik dengan upaya penggabungan sejumlah pandangan fenomenologi dengan sosiologi atas arus pengalaman (*stream of experience*) manusia tentang dunia. Schutz menganggap manusia adalah makhluk sosial (Mulyana & Solatun, 2008: 32). Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Dimana, tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Dengan kata lain, mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. Manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses “tipikasi”. Hubungan antara makna pun diorganisasi melalui proses ini, atau biasa disebut *stock of knowledge* (Kuswarno, 2009: 18).

Untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, Schutz mengelompokkannya dalam dua fase, yaitu:

- a. *In-order-to-motive* (*Um-zu-Motiv*), yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan.

- b. *Because motives (Weil Motiv)*, yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya.

Sejalan dengan Schutz, Irwin Deutscher (1973: 38) mengatakan bahwa: “kaum fenomenologis memahami tingkah laku manusia menurut kerangka acuan dari sang pelaku itu sendiri”. Sedangkan Douglas (1970: ix) mengemukakan:

“Kekuatan yang mendorong manusia sebagai *human being* dan bukan manusia sebagai *human bodies* (manusia yang hanya dipandang dari sisi jasmaninya saja) merupakan bahan yang bermakna. Kekuatan-kekuatan itu berupa wawasan perasaan dan motif yang bersifat batiniah (Mulyana& Solatun, 2008: 33).”

Tradisi fenomenologi menurut Creswell adalah: “*Whereas a biography reports the life of a single individual, a phenomenological study describes the meaning of the lived experiences for several individuals about a concept or the phenomenon*” (Creswell, 1998: 51). Studi dengan pendekatan fenomenologi dengan demikian, berusaha menjelaskan makna dan pengalaman hidup sejumlah orang tentang suatu konsep atau gejala. Sedangkan menurut Moleong dalam Mulyana& Solatun (2008), fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang- orang yang sedang diteliti oleh mereka. Sedangkan menurut Littlejohn, fenomenologi menjadikan pengalaman hidup yang sesungguhnya sebagai data dasar dari realitas (Mulyana& Solatun, 2008: 91).

Menurut Moleong (2005: 15- 17), fenomenologi merupakan pandangan berpikir yang menekankan pada fokus kepada pengalaman- pengalaman subjektif manusia dan interpretasi- interpretasi dunia. Sehingga sebagai bidang filsafat modern, fenomenologi menyelidiki pengalaman kesadaran, yang berkaitan dengan pertanyaan seperti: bagaimana

pembagian antara subjek (ego) dengan objek (dunia) muncul dan bagaimana sesuatu hal di dunia ini diklasifikasikan. Dan analisis fenomenologis berusaha mencari untuk menguraikan ciri- ciri ‘duniannya’, seperti apa aturan- aturan yang terorganisasikan, dan apa yang tidak, dan dengan aturan apa objek dan kejadian itu berkaitan. Sehingga peneliti dalam pandangan fenomenologis berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan- kaitannya terhadap orang- orang yang berada dalam situasi- situasi tertentu.

Teori Interaksi Simbolik George Herber Mead

Interaksionisme simbolik mempelajari sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia. Bagi perspektif ini, individu bersifat aktif, reflektif, dan kreatif, menafsirkan menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Jadi interaksilah yang dianggap variabel penting yang menentukan perilaku manusia, bukan struktur masyarakat (Mulyana, 2010: 61).

Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Perspektif interaksi simbolik, berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Manusia bertindak hanya berdasarkan defenisi atau penafsiran mereka atas objek- objek disekeliling mereka. Bagi penganut interaksi simbolik, masyarakat adalah proses interaksi simbolik. Menurut teoritis interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah “interaksi manusia dengan menggunakan simbol- simbol.” Jadi secara ringkas, interaksionisme simbolik didasarkan premis- premis berikut:

1. Individu merespon suatu situasi simbolik. Mereka merespon lingkungan, termasuk objek fisik (benda) dan objek sosial (perilaku manusia) berdasarkan makna yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka.
2. Makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melekat pada objek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa.
3. Makna yang diinterpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial (Mulyana, 2010: 70- 72).

Ada tiga konsep penting yang dibahas dalam teori interaksi simbolik. Hal ini sesuai dengan hasil pemikiran George H. Mead yang dibukukan dengan judul *Mind, Self, and Society*. Untuk lebih jelas apa yang dimaksud dengan konsep utama yang dikemukakan oleh Mead tersebut dapat terlihat dalam uraian berikut:

1. Pikiran (*Mind*)

Menurut teori interaksi simbolik, pikiran mensyaratkan adanya masyarakat, dengan kata lain masyarakat harus lebih dulu ada, sebelum adanya pikiran. Dengan demikian pikiran adalah bagian integral dari proses sosial bukan malah sebaliknya: proses sosial adalah produk pikiran. Seorang manusia yang sadar- diri, tidak mungkin ada tanpa adanya kelompok sosial terlebih dahulu. Pikiran adalah mekanisme penunjukan- diri (*self-indication*), untuk menunjukkan makna kepada diri- sendiri dan kepada orang lain. Pikiran mengisyaratkan kapasitas dan sejauh mana manusia sadar akan diri mereka sendiri, siapa dan apa mereka, objek di sekitar mereka dan makna objek tersebut bagi mereka. Manusia menunjukkan objek yang mempunyai makna kepada diri mereka sendiri, seperti mereka menunjukkannya kepada orang

lain. Manusia juga menunjukkan kepada diri mereka sendiri bahwa terdapat makhluk yang serupa dengan mereka yang dapat mereka nilai dalam komunikasi tatap muka. Pikiran melibatkan proses berpikir yang diarahkan untuk memecahkan masalah. Dunia nyata penuh dengan masalah, dan fungsi pikiran adalah berusaha memecahkan masalah- masalah tersebut sehingga orang- orang dapat bekerja lebih efektif lagi di dunia (Mulyana, 2010: 84- 85).

Dalam konteks ini, pandangan Mead sejajar dengan perspektif Schutz. Menurut Schutz, dalam menunjukkan makna objek, situasi, dan perilaku kepada diri- sendiri dan kepada orang lain, individu harus menggunakan apa yang Schutz sebut pengkhasan (*typication*). Pengkhasan ini yang berasal dari persediaan pengetahuan individu yang terendapkan, digunakan untuk menandai individu manusia, motivasi manusia, tujuan dan pola tindakan.

2. Diri (*Self*)

Inti dari teori interaksi simbolik adalah tentang “diri” (*self*) dari George Herbert Mead. Mead seperti juga Cooley menganggap bahwa konsepsi- diri adalah suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lain.

Pandangan Mead tentang diri terletak pada konsep “pengambilan peran orang lain” (*taking the other role of other*). Konsep Mead tentang diri merupakan penjabaran “diri sosial” yang dikemukakan William James dan pengembangan dari teori Cooley tentang diri. Bagi Mead dan pengikutnya, individu bersifat aktif, inovatif yang tidak saja tercipta secara sosial, namun juga menciptakan masyarakat baru yang perilakunya tidak dapat diramalkan. Dengan kata- kata Mary Jo Deegan yang menyatakan individu sendiri yang mengontrol tindakan dan perilakunya, dan mekanisme kontrol terletak pada makna yang dikonstruksi secara sosial (Mulyana, 2010: 75).

Menurut Mead, sebagai suatu proses sosial, diri terdiri dari dua fase, yaitu “aku” (*I*) dan “daku” (*Me*). Aku adalah diri yang subjektif, diri yang

refleksif yang mendefinisikan situasi dan merupakan kecenderungan impulsif individu untuk bertindak dalam suatu cara yang tidak terorganisasikan, tidak terarah, dan spontan, sementara daku adalah pengambilan peran dan sikap orang lain, termasuk suatu kelompok tertentu (Mulyana, 2010: 88).

3. Masyarakat (*Society*)

Mead berargumen bahwa interaksi mengambil tempat di dalam sebuah struktur sosial yang dinamis- budaya, masyarakat dan sebagainya. Individu-individu lahir dalam konteks sosial yang sudah ada. Mead mendefinisikan masyarakat sebagai jejaring hubungan sosial yang diciptakan manusia. Individu-individu terlibat di dalam masyarakat melalui perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela. Jadi, masyarakat menggambarkan keterhubungan beberapa perangkat perilaku yang terus disesuaikan oleh individu-individu. Masyarakat ada sebelum individu tetapi diciptakan dan dibentuk oleh individu (Yasir, 2011: 39).

Mead berbicara mengenai dua bagian penting masyarakat yang memengaruhi pikiran dan diri. Pemikiran Mead mengenai orang lain secara khusus (*particular others*) merujuk pada individu-individu dalam masyarakat yang signifikan bagi kita. Orang-orang ini biasanya adalah anggota keluarga, teman, dan kolega di tempat kerja serta supervisor. Kita melihat orang lain secara khusus tersebut mendapatkan rasa penerimaan sosial dan rasa mengenai diri. Orang lain secara umum (*generalized other*) merujuk pada cara pandang dari sebuah kelompok sosial atau budaya sebagai suatu keseluruhan. Hal ini diberikan oleh masyarakat kepada kita, dan sikap dari orang lain secara umum adalah sikap dari keseluruhan komunitas. Orang lain secara umum memberikan menyediakan informasi mengenai peranan, aturan, dan sikap yang dimiliki bersama oleh komunitas. Orang lain secara umum juga memberikan kita perasaan mengenai bagaimana orang lain bereaksi kepada kita dan harapan sosial secara umum (West dan Turner, 2008: 108).

METODE PENELITIAN

Penelitian Deskriptif Kualitatif

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Menurut Moleong (2005: 6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Melalui pendekatan fenomenologi Alfred Schutz, penulis akan menggambarkan realitas yang kompleks dalam kehidupan mahasiswi sebagai SPG *freelance*. Metode penelitian ini dipilih karena selain tidak menggunakan angka-angka statistik, penulis ingin penelitian ini dapat menjelaskan mengenai makna mahasiswi sebagai SPG *freelance* di kota Pekanbaru.

Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, maka subjek penelitian dikhususkan pada mahasiswi yang berprofesi SPG *freelance*. Jumlah subjek penelitian ditentukan sebanyak 5 orang mahasiswi yang berprofesi sebagai SPG *freelance*.

Kriteria informan untuk melihat makna mahasiswi sebagai SPG *freelance* di Kota Pekanbaru, yaitu: informan masih menempuh pendidikan di bangku perkuliahan di Kota Pekanbaru, informan pernah mempromosikan produk berupa minuman suplemen, rokok, *coffee* instant, dan sepeda motor, serta informan telah mengikuti minimal 10 *event*.

Penelitian ini juga didukung dengan pernyataan orang-orang yang dekat dengan informan penelitian, yaitu informan pendukung (*significant other*). Mereka dapat menjadi sumber informasi pendukung yang dapat dimintai pendapatnya mengenai diri informan, sehingga informasi mengenai informan dapat lebih lengkap, akurat dan berimbang.

Objek penelitian merupakan hal yang menjadi titik yang menjadi perhatian dari suatu penelitian. Titik perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang

diteliti atau dipecahkan permasalahannya menggunakan teori yang bersangkutan (Chaer, 2007: 17). Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah konstruksi makna mahasiswi sebagai SPG *freelance* di kota Pekanbaru dengan mengidentifikasi motif, pemaknaan dan pengalaman komunikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Motif Mahasiswi sebagai SPG (*Sales Promotion Girl*) *Freelance* di Kota Pekanbaru

Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Dimana tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang lain atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan yang akan datang. Dengan kata lain, manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses “tipikasi” (Kuswarno, 2009: 18). Sehingga untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, Schutz mengelompokkannya dalam dua fase, yaitu:

1. *Because motive* (motif masa lalu), yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu. Dimana tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya.
2. *In order to motive* (motif masa yang akan datang), yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Dimana tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang ditetapkan.

Sesuai dengan hasil penelitian ini, para informan yang merupakan mahasiswi memiliki berbagai macam motif dan tujuan memilih bekerja sebagai SPG *freelance*. Berdasarkan teori fenomenologi Alfred Schutz, seseorang melakukan sebuah tindakan tentunya berdasarkan pada *because motive* dan *in order to motive*, begitu juga dengan mahasiswi yang bekerja sebagai SPG *freelance*.

Because motive yang merujuk kepada pengalaman masa lalu mahasiswi sehingga menjadikan pengalaman tersebut sebagai salah satu alasan untuk melakukan pekerjaan sebagai SPG *freelance*. Berdasarkan hasil penelitian ini maka yang menjadi motif masa lalu mahasiswi memilih bekerja sebagai SPG adalah: ekonomi, yaitu adanya keinginan untuk hidup mandiri, dalam artian terpenuhinya kebutuhan secara finansial; pemanfaatan waktu mengingat adanya waktu kosong di sela-sela kegiatan perkuliahan; serta adanya pengaruh orang lain yang mempengaruhi mereka memilih untuk bekerja sebagai SPG *freelance*.

Sedangkan *in order to motive* yang berarti tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat yang diinginkan mahasiswi ini sehingga mau bekerja sebagai SPG *freelance*. Bagi para mahasiswi yang bekerja sebagai SPG *freelance*, mereka memiliki kehendak atau keinginan, yaitu: dengan bekerja sebagai SPG dapat menambah pengalaman mereka dalam bekerja dan adanya keinginan nantinya mereka juga bisa mendapatkan pekerjaan yang lebih baik dari pekerjaan mereka sebagai SPG *freelance*.

Pemaknaan Mahasiswi sebagai SPG (*Sales Promotion Girl*) *Freelance* di Kota Pekanbaru

Dalam pandangan Schutz, manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari adalah kesadaran sosial. Manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain, dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Sehingga, ada penerimaan timbal balik, pemahaman atas dasar pengalaman bersama dan tipikasi atas dunia bersama. Melalui tipikasi inilah manusia belajar menyesuaikan diri ke dalam dunia yang lebih luas, dengan juga melihat diri kita sendiri sebagai orang yang memainkan peran dalam situasi tipikal. Jadi, dalam kehidupan totalitas masyarakat, setiap individu menggunakan simbol-simbol yang telah diwariskan padanya untuk memberi makna pada tingkah lakunya sendiri (Kuswarno, 2009: 18).

Manusia bertindak hanya berdasarkan defenisi atau penafsiran mereka atas objek- objek disekeliling mereka. Ini adalah esensi dari interaksi simbolik, yaitu komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur prilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka (Mulyana, 2010: 70- 72).

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. Makna muncul dari hubungan khusus antara kata dan manusia. Odgens dan Richard (dalam Wirman, 2012: 49) menjelaskan hubungan antara pikiran, simbol dan referen secara diagramatik dalam sebuah segitiga makna. Makna muncul dari hubungan antara pikiran orang dengan simbol atau antar pikiran orang dengan referen.

Mahasiswi sebagai SPG *freelance* tentu saja memiliki pandangan tersendiri terhadap pekerjaan mereka sebagai SPG. Mengingat mereka memiliki peran ganda, yaitu sebagai mahasiswi dan di sisi lain bekerja sebagai SPG. Berikut ini peneliti jabarkan pemaknaan mahasiswi sebagai SPG *freelance* tersebut.

Pertama, mahasiswi memaknai pekerjaan mereka sebagai SPG adalah merupakan pekerjaan yang profesional. Seperti yang telah dijabarkan bahwa profesionalisme menurut Longman (1987) adalah tingkah laku, kepakaran atau kualiti dari seseorang yang professional. Hal inilah yang dirasakan oleh para informan dalam penelitian ini. Mereka memandang bahwa bekerja sebagai SPG juga dituntut untuk memiliki sikap profesional dalam bekerja. Mereka juga memaparkan bahwa untuk menjadi seorang SPG juga ada kriteria dan standarisasi yang harus dipenuhi untuk menjadi seorang SPG. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak sembarang orang yang bisa direkrut sebagai SPG.

Kedua, mahasiswi memaknai pekerjaan mereka sebagai SPG, yaitu SPG itu bukan pekerjaan yang sepele. Memang tak dipungkiri saat melihat SPG yang terlintas dipikiran adalah bahwa SPG itu pekerjaan yang mudah. Sehingga timbullah anggapan sepele dan enteng terhadap pekerjaan yang satu ini, apalagi melihat atribut yang melekat pada SPG tersebut. Para informan dalam penelitian ini yang notabenenya adalah mahasiswi memaknai bahwa pekerjaan mereka sebagai SPG bukanlah pekerjaan yang sepele. Hal ini dilihat dari tuntutan pekerjaan sebagai SPG itu sendiri, seperti tuntutan pengetahuan tentang produk, komunikatif dan ramah serta adanya target penjualan yang harus dicapai dan lain sebagainya. Sehingga mereka menginginkan adanya perubahan tanggapan negatif masyarakat tentang pekerjaan tersebut.

Ketiga, mahasiswi sebagai SPG memaknai pekerjaan mereka ini adalah untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Para informan dalam penelitian ini merasakan bahwa bekerja sebagai SPG sangat membantu mereka terutama di aspek ekonomi. Mahasiswi yang bekerja sebagai SPG ini notabenenya adalah berada di keluarga dengan kelas ekonomi menengah. Selain itu, mereka juga kebanyakan adalah anak luar daerah yang sedang menempuh pendidikan di Kota Pekanbaru.

Pengalaman Komunikasi Mahasiswi sebagai SPG (*Sales Promotion Girl*) *Freelance* di Kota Pekanbaru

Melalui pengalaman, individu memperoleh pengetahuan dan pengetahuan melandasi kesadaran yang membentuk pemaknaan. Kesadaran dan pemaknaan inilah yang mendorong individu untuk melakukan tindakan atau perilaku tertentu. Sebagaimana Schutz (1966: 56) mengatakan bahwa "*behavior is an experience of consciousness that bestows meaning throuhh spontaneous activity*". Dengan demikian, pengalaman merupakan fondasi bagi individu dalam melakukan suatu tindakan (Wirman, 2012: 88).

Selanjutnya, pengalaman komunikasi akan dikategorisasikan oleh individu melalui karakteristik pengalaman tersebut berdasarkan pemaknaan yang

diperolehnya. Sebuah pengalaman komunikasi dapat disebut sebagai sebuah pengalaman komunikasi yang positif (menyenangkan) manakala isi, konteks dan dampak dipahami dan dirasakan oleh pelaku sebagai sesuatu yang bersifat memberdayakan (Harfiah dalam Wirman 2012: 89). Begitu juga dalam penelitian ini, bahwa mahasiswi sebagai SPG *Freelance* juga mengalami pengalaman komunikasi menyenangkan.

Pengalaman komunikasi menyenangkan tersebut antara lain, yaitu menemukan hal-hal baru, seperti teman-teman baru dan *link*. Mahasiswi sebagai SPG juga merasakan bahwa mereka lebih memahami karakter orang karena saat bekerja menghadapi berbagai karakter orang yang berbeda-beda. Mereka juga mendapatkan pujian dari orang lain karena dapat kuliah sambil bekerja. Selain itu, mahasiswi sebagai SPG juga merasa sikapnya berubah, yaitu lebih komunikatif dibandingkan sebelum mereka bekerja.

Disisi lain ternyata tidak semua peristiwa komunikasi bernuansa positif. Terdapat beberapa peristiwa yang dikategorikan sebagai pengalaman komunikasi yang tidak menyenangkan. Pengalaman komunikasi yang tidak menyenangkan dapat dijelaskan sebagai peristiwa komunikasi yang telah dialami, dimana isi, konteks dan dampak dari proses komunikasi tersebut dirasa dan dipahami oleh pelaku sebagai sesuatu yang bersifat melemahkan rasa percaya diri ataupun *self esteem* mereka (Wirman, 2012: 89).

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dari data penelitian yang penulis peroleh, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Motif mahasiswi sebagai SPG *freelance* di Kota Pekanbaru terdiri dari dua motif, yaitu motif masa lalu (*because motive*) dan motif masa yang akan datang (*in order to motive*). Motif masa lalu mahasiswi memilih bekerja sebagai SPG antara lain: ekonomi, yaitu adanya keinginan untuk hidup mandiri, dalam

artian terpenuhinya kebutuhan secara finansial; pemanfaatan waktu mengingat adanya waktu kosong di sela-sela kegiatan perkuliahan; serta adanya pengaruh orang lain yang mempengaruhi mereka memilih untuk bekerja sebagai SPG *freelance*. Sedangkan motif masa yang akan mahasiswi bekerja sebagai SPG *freelance* adalah dengan bekerja sebagai SPG dapat menambah pengalaman mereka dalam bekerja dan adanya keinginan nantinya mereka juga bisa mendapatkan pekerjaan yang lebih baik dari pekerjaan mereka sebagai SPG *freelance*.

2. Pemaknaan mahasiswi sebagai SPG *freelance* di Kota Pekanbaru meliputi, antara lain: pertama, SPG merupakan pekerjaan yang profesional karena ada kriteria dan standarisasi yang harus dipenuhi untuk menjadi seorang SPG *freelance*; kedua, SPG bukan pekerjaan yang remeh, hal ini dilihat dari tuntutan pekerjaan sebagai SPG itu sendiri, seperti tuntutan pengetahuan tentang produk, komunikatif dan ramah serta adanya target penjualan yang harus dicapai; dan ketiga, SPG untuk memenuhi kebutuhan ekonomi karena notabene mereka berada di keluarga dengan kelas ekonomi menengah.
3. Pengalaman komunikasi mahasiswi sebagai SPG *freelance* di Kota Pekanbaru dikategorikan menjadi dua yaitu pengalaman menyenangkan dan pengalaman tidak menyenangkan. Pengalaman komunikasi menyenangkan yang dirasakan oleh mahasiswi yang bekerja sebagai SPG *freelance*, antara lain adalah menemukan hal-hal baru, seperti teman-teman baru dan menambah *link*, memahami karakter orang, karena

menghadapi berbagai jenis karakter konsumen, dan mendapat pujian dari orang lain karena dapat kuliah sambil kerja. Sedangkan pengalaman komunikasi tidak menyenangkan yang dialami mahasiswi yang bekerja sebagai SPG *freelance* adalah pelecehan dari konsumen, seperti digoda oleh konsumen pria; tanggapan dan pandangan buruk masyarakat, sehingga menganggap sepele pekerjaan mereka sebagai SPG *freelance*; serta cap negatif yang mereka terima dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Andi, Prastowo. 2010. *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Manajemen penelitian*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Baduara, Sotar& Martin Sirait, Sabar. 2006. *Ilmu dan Seni Menjadi Penjual yang Sukses*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Chaer, Abdul. 2007. *Linguistik Umum*. Jakarta Cipta.
- Hutagalung, Ronal. 2006. *Menjadi Pemenang Dalam Kelas Dan Kehidupan*. Makasar: Ideas Publising.
- Juliastuti, Nuraini. 2000. *Mengontrol Perempuan. (Newsletter Kunci Maskulinitas -5832)*. Yogyakarta: KUNCI Cultural Studies Center. (Edisi 8 September 2000).
- Kotler, Philip& Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi 12*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kuswarno, Engkus. 2013. *Metodelogi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedomam, Dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Moleong, Lexy .J. 2005. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy& Solatun. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sardiman AM. 2007. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Schutz, alfred.1967. "The Phenomenology Of The Social World". Northwestern: University Press.
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Spradley, James. 2007. *Metode Etnografi*. Jogjakarta: Tiara Wacana.
- Sukandarumidi. 2004. *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Umar, Husein. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- West, R dan Lynn H. Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yasir. 2011. *Teori Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.

Sumber lain

Skripsi:

Ardi, Sinta Tri. 2011. *Pemenuhan Hak Bagi Sales Promotion Girl (SPG) Dalam Pelaksanaan Perjanjian Kerja Dengan Event Organizer (EO)*. Yogyakarta. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pradnya, Patriana. 2007. *Hubungan antara Kemandirian dengan Motivasi Bekerja Sebagai Pengajar Les Privat Pada Mahasiswa di Semarang*. Semarang. Universitas Diponegoro.

Puspita, Lika. 2014. *Interaksi Simbolik Sales Promotion Girl (Suatu Fenomenologi Interaksi Simbolik Pada Sales Promotion Girl Rokok Djarum Di Kota Bengkulu)*. Bengkulu. Universitas Bengkulu.

Sani, Fitri Lestiara. 2014. *Fenomena Komunikasi Anggota Komunitas Graffiti Di Kota Medan (Studi Fenomenologi Pada Anggota Komunitas Me&Art)*. Pekanbaru. Universitas Riau.

Sofiyah. 2014. *Konstruksi Makna Penggunaan Jejaring Sosial Path Sebagai Media Komunikasi Virtual (Studi Fenomenologi Tentang Pemaknaan Penggunaan Jejaring Sosial Bagi Pengguna Path Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Riau)*. Pekanbaru. Universitas Riau.

Yolanda, Melfa. 2013. *Profil Sales Promotion Girl (SPG) Kota Pekanbaru*. Pekanbaru. Universitas Riau.

Zainal, Anita. 2011. *Fenomena SPG Freelance di Jakarta "Studi Fenomenologi Alfred Schutz Pada Motif, Pola Komunikasi, Dan Citra Diri SPG Freelance di Jakarta"*. Jakarta. Universitas Mercu Buana.

Jurnal:

Wirman, Welly. 2012. *Pengalaman komunikasi Dan Konsep Diri Perempuan Gemuk*, Journal of Dialectics IJAD. Vol 2 No 1. Bandung : Pascasarjana Unpad.

Sumber Online:

Endrawan, Baskoro. 2012. *Jadi SPG (Rokok), Kenapa Tidak?*. Diakses tanggal 12 Agustus 2015 dari http://www.kompasiana.com/baskoro_endrawan/jadi-spg-rokok-kenapa-tidak_550eafd9813311852cbc66f7.

Liputan 6, 2014. *5 Pekerjaan Paruh Waktu yang Cocok untuk Mahasiswa*. Diakses tanggal 24 April 2015 dari <http://bertuahpos.com/lifestyle/5-pekerjaan-paruh-waktu-yang-cocok-untuk-mahasiswa.html>.

Lutfiyah, Fia. 2014. *Rahasia Dibalik Bahasa Tubuh SPG Rokok*. Diakses tanggal 6 April 2015 dari <http://kesehatan.kompasiana.com/kejiwaan/2014/03/01/rahasia-dibalik-bahasa-tubuh-spg-rokok-638682.html>.

<http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/kbbi/index.php>; diakses tanggal 9 Mei 2015.
http://infoduniakampus.blogspot.com/2014/12/daftar-lengkap-perguruan-tinggi-swasta_27.html diakses tanggal 12 Agustus 2015.

Riau, Antara. 2015. *Pekanbaru Kini Menjelma Jadi Kota Investasi Prospektif*. Diakses tanggal 22 Agustus 2015 dari <http://antarariau.com/berita/52388/pekanbaru-kini-menjelma-jadi-kota-investasi-prospektif>.