

# **PROSTITUSI TERSELUBUNG DIBALIK PROFESI SEBAGAI *SALES PROMOTION GIRL***

**(Studi Kasus 3 Orang SPG yang Melakukan Prostitusi dibalik Profesi sebagai SPG)**



**Rangga Try Wibowo**

**4825111593**

**Skripsi ini Ditulis untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI**

**(KONSENTRASI SOSIOLOGI PEMBANGUNAN)**

**JURUSAN SOSIOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2015**

## ABSTRAK

**Rangga Try Wibowo**, Prostitusi Terselubung Dibalik Profesi Sebagai *Sales Promotion Girl* (Studi 3 Orang SPG yang Melakukan Prostitusi Dibalik Profesi Sebagai SPG), Skripsi, Jakarta, Program Studi Sosiologi (Konsentrasi Sosiologi Pembangunan), Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan lebih dalam mengenai fenomena perilaku menyimpang yang dilakukan oleh SPG yang melakukan tindakan prostitusi. Penelitian ini melihat bagaimana hal tersebut dapat terjadi. Penelitian ini juga untuk mendeskripsikan dan melihat bagaimana relasi sosial dapat terjalin diantara agensi, SPG, serta klien yang berada pada lingkup *booking out* (BO)

Metedologi dalam penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Melalui pendekatan kualitatif ini Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data yang didapat melalui wawancara mendalam yang merupakan data primer dengan jangka waktu hampir 2 bulan dimulai pada bulan April 2015 sampai dengan Juni 2015. Studi literatur dan kepustakaan sebagai data sekunder juga melengkapi penelitian skripsi ini. Jumlah informan dalam penelitian ini adalah 4 orang yang dirincikan tiga orang SPG BO, satu orang agensi sebagai penunjang data utama, dan satu orang agensi yang melengkapi data yang kurang dalam penulisan skripsi ini. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah profesi, *sales promotion girl*, konsumerisme, prostitusi, serta konsep perilaku menyimpang.

Didalam sebuah industri perdagangan, *SPG* merupakan sebuah ujung tombak dari suatu perusahaan atau dapat dikatakan SPG memegang peranan penting di dalam industri perdagangan saat ini, sebagai pihak yang bertindak sebagai *frontliner* dari produk yang bersangkutan SPG dituntut berpenampilan menarik perhatian mata dari calon konsumen. Seorang SPG sendiri memiliki standar kriteria tertentu, seorang SPG dituntut harus menarik, *good looking*, ramah, hangat, komunikatif serta mampu membina interkasi secara interaktif kepada calon konsumen. Cukup berperannya SPG bagi perusahaan, ternyata ada suatu fenomena yang cukup menarik jika dibahas, adalah hadirnya SPG BO, dengan faktor bayaran yang lebih besar dari SPG itu sendiri, serta demi pemenuhan gaya hidup SPG itu sendiri membuat ada SPG yang mau terjun kedalam dunia prostitusi ini. Pada skripsi ini akan dianalisa dengan menggunakan konsep perilaku menyimpang serta teori *differential association*

**Kata Kunci:** *SPG, SPG BO, Perilaku Menyimpang, Agensi, Relasi*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab, Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
Universitas Negeri Jakarta

Dr. Muhammad Zid, M.Si

NIP. 19630412 199403 1 002

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Robertus Robet, MA</u> NIP. 19710516 200604 1 001 Ketua Sidang	.....	.....
2.	<u>Dian Rinanta Sari, S.Sos</u> NIP. 19690306 199802 2 001 Sekretaris Sidang	.....	.....
3.	<u>Abdul Rahman Hamid, SH., MH</u> NIP. 19740504 200501 1 002 Penguji Ahli	.....	.....
4.	<u>Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si.</u> NIP. 19781001 200801 2 016 Dosen Pembimbing I	.....	.....
5.	<u>Rakhmat Hidayat, Ph.D</u> NIP. 19800413 200501 1 001 Dosen Pembimbing II	.....	.....

**Tanggal Lulus: 18 Januari 2016**

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

“Done is better than perfect,

“Life is to be enjoyed, not endured”

Skripsi ini kupersembahkan untuk Mama Delora Soeprapto, Ayah Mardjuki, kakak Arief Permadi, Micle Syarief Hidayat dan adikku Nadiya Handayani, Maura Octavia, Jude Dharmawan, dan Aida Mutia Hasna

Always be the number one and loyal supporter in my life every single day  
I'm feeling lucky to have you all

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena anugerah-Nya yang melimpah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Sosiologi pada Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta. Pertama-tama penulis berterimakasih kepada Kedua orang tua penulis, Mardjuki dan Delora Soeprpto terima kasih atas segala dukungan dan doa yang tidak pernah berhenti yang kau panjatkan untukku, terimakasih atas segala motivasi dan rasa sayang serta perhatian yang telah kalian berikan kepadaku sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Muhammad Zid, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta, atas segala kebijaksanaan dan ilmunya.
2. Dr. Robertus Robet, MA selaku ketua jurusan Sosiologi, atas dedikasinya dan segala pencerahan ilmu yang berguna bagi penerus bangsa Indonesia.
3. Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si selaku sekertaris jurusan Sosiologi serta dosen pembimbing penulis, atas dedikasinya memajukan dan membenahi Sosiologi Universitas Negeri Jakarta, serta kesabarannya membimbing penulis serta kebaikannya mengajarkan banyak hal kepada penulis terutama dalam penyusunan Skripsi ini.
4. Abdi Rahmat, M.Si selaku kepala program studi Pendidikan Sosiologi, atas dedikasinya memajukan Sosiologi khususnya program studi pendidikan Sosiologi.
5. Dra. Evy Clara, M.Si selaku dosen pembimbing akademik penulis, atas ilmu dan bimbingannya selama ini.
6. Seluruh dosen pengajar Sosiologi UNJ, atas semangat dan dedikasinya memberikan ilmu yang tiada habisnya kepada mahasiswa.
7. Mbak Tika dan Mbak Mega, atas kerjasama dan kebaikannya selama ini untuk mengurus jadwal siding, menyampaikan informasi terkait perkuliahan dan dosen dan lain-lain.
8. Seluruh informan dalam skripsi ini, agensi mas RJ, mas AMZ Mbak NT, Mbak cc, dan Mbak F, atas kebaikannya untuk meluangkan waktu untuk penulis serta keramahan yang dirasakan penulis ketika berbincang.
9. Untuk keluarga: Mas Arief beserta istri, Micle beserta istri, Nadiya handayani, Maura Octavia yang tidak pernah berhenti memberi dukungan serta doa untuk penulis
10. Aida Mutia Hasna terima kasih untuk perhatian, semangat, motivasi, masukan-masukan yang sangat membantu, kejahilan, canda tawa, serta kasih sayang yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Fajriah Intan terimakasih untuk bantuan, masukan, ajakan, serta kebawelan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
12. Adit, Fauzan, Thohar, Marie, Gigih, Paulo, Endi, Reza, Mutiara, Novi, Hanum, dan semua Teman seperjuangan Sosiologi Pembangunan Reguler 2011, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga tidak ada lagi kelompok kelompok diantara kita sehingga kita bisa sukses bersama, dan selalu ingat satu sama lain

Akhir kata, semoga kebaikan yang telah dilakukan oleh semua pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang.

Jakarta, Januari 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR SKEMA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISTILAH .....</b>	<b>xi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan Penelitian .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Signifikansi Penelitian .....	7
1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis .....	8
1.6 Kerangka Konseptual .....	11
1.6.1 Profesi .....	11
1.6.2 Sales Promotion Girl .....	12
1.6.3 Konsumerisme.....	17
1.6.4 Prostitusi.....	18
1.6.5 Perilaku Menyimpang... ..	21
1.7 Metodologi Penelitian .....	24
1.7.1 Jenis Penelitian .....	24
1.7.2 Subjek Penelitian .....	25
1.7.3 Teknik Pengumpulan data .....	25
1.7.4 Teknik Analisis Data .....	27
1.8 Sistematika Penelitian .....	28

### **BAB II SETTING SOSIAL SALES PROMOTION GIRL BOOKING OUT, AGENSI, SERTA SISTEM KERJA SEORANG SALES PROMOTION GIRL**

2.1. Pengantar.....	30
2.2 Deskripsi Umum SPG, BO, dan Beberapa Profesi Terkait.....	31
2.3 Sistem Kerja Agensi dan SPG .....	33
2.3.1 Sistem kerja Agensi .....	34
2.3.2 Sistem Kerja SPG .....	39
2.4 Profesi yang terkait dengan SPG.....	41
2.4.1 Usher . .....	41
2.4.2 SPB .....	42
2.4.3 TL .....	43

2.4.4 Agensi .....	44
2.4.5 LC .....	45
2.5 <i>Booking Out</i> .....	46
2.6 Motif SPG BO .....	49
2.7 Data Informan ..	53
2.8 Penutup .	61
<b>BAB III PERAN SERTA RELASI SOSIAL ANTARA SALES PROMOTION GIRL, AGENSI SERTA KLIEN</b>	
3.1 Pengantar.....	62
3.2 Relasi yang terjalin antara Agensi dengan SPG.....	64
3.3 Relasi yang terjalin antara Agensi dengan Klien .....	69
3.4 Stratifikasi Grade pada <i>Sales Promotion Girl Booking Out</i> .....	75
3.5 Pola Rekrutmen SPG BO .....	79
3.6 Penutup .....	87
<b>BAB IV PERILAKU BO DALAM KALANGAN SPG</b>	
4.1 Pengantar.....	89
4.2 Terbangunnya Relasi SPG BO dalam Peningkatan Satus dikalangan SPG	90
4.3 Konsumerisme sebagai Faktor Pendorong SPG Melakukan BO .....	94
4.4 SPG BO sebagai Perilaku Menyimpang .....	101
4.5. Penutup.....	106
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	109
5.2 Saran.....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>114</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>117</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS.....</b>	<b>124</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pemetaan Penelitian Sejenis.....	11
Tabel 1.2. Karakteristik Informan.....	25
Table 3.1. Tarif SPG BO berdasarkan Grade.....	79

## DAFTAR SKEMA

Skema 2.1 Skema Pembangunan karier .....	35
Skema 2.2 Skema Perekrutan SPG .....	37
Skema 2.3 Pembentukan Persepsi Masyarakat dan Terbentuknya SPG BO .....	52
Skema 3.1 Keuntungan dan Kerugian Relasi SPG BO dengan Agensi .....	65
Skema 3.2 Keuntungan Perusahaan Menggunakan Agensi .....	71
Skema 3.3 Relasi Saling Membutuhkan antara Agensi, SPG BO dan Klien.....	74
Skema 3.4 Stratifikasi Grade SPG BO .....	76
Skema 3.5 Pola Rekrutmen SPG BO .....	80
Skema 3.6 Ciri-ciri SPG BO .....	85
Skema 4.1 Modal Fisik sebagai Pendorong Terbangunnya Relasi .....	93
Skema 4.2 Proses Mempengaruhi SPG BO. ....	100
Skema 4.3 Faktor Pembentuk Identitas Diri SPG BO .....	106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 SPG Regular.....	15
Gambar 1.2 SPG Event .....	16
Gambar 2.1 Usher .....	42
Gambar 2.2 Team Leader.....	44
Gambar 2.3 Gambar SPG.....	54
Gambar 2.4 Gambar SPG.....	56
Gambar 2.5 Gambar SPG .....	59
Gambar 3.1 Pola rekrutmen lewat media sosial BBM.....	82

## Daftar Istilah

No	Istilah	Arti
1	Sales Promotion Girl	Profesi yang bertugas menjual, memperkenalkan, dan menarik konsumen untuk membeli produk yang dijual
2	Agensi	Profesi yang bertugas mencari dan menyalurkan SPG kepada klien dan perusahaan
3	SPG BO	Merupakan suatu profesi dimana SPG tersebut dapat dibooking atau diajak pergi selama 1 jam atau lebih diluar dari jam SPG, biasa dibooking untuk pergi ke hotel, atau menemani pesta klien
4	Fashion show	Ajang untuk menunjukkan pakaian terbaru, dengan model-model mempromosikannya
5	Freelance	Pekerja magang atau profesi sampingan yang tidak ada kontrak tetap selama bertahun-tahun
6	Lux	Ajang bergengsi bertaraf internasional
7	Zoon politicon	Manusia membutuhkan orang lain untuk hidup, manusia adalah mahluk sosial
8	Ladies companion/koro-koro	Perempuan yang bertugas menemani tamu di klub malam
9	Outlook	Tampilan luar dari seseorang
10	Drees code	Pakaian yang telah ditetapkan oleh perusahaan kepada SPG
11	Soft selling	Penjualan tidak diwajibkan, penjualan bisa dilakukan jika ada konsumen yang ingin membeli dari dirinya
12	BBM, Whatsapp, Twitter	Media sosial
13	Frontline	SPG sebagai garis depan atau yang menawarkan pertama kali sebelum produsen menjual secara masal
14	Sales Promotion Boy	Profesi yang sama persis seperti SPG, yang membedakan adalah jenis kelamin dan penampilan SPB yang rapih, tidak seksi seperti SPG
15	Prestige	Kepuasan diri seseorang
16	Glamour	Kemewahan, gaya hidup mewah



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Penelitian ini akan membahas dan mendeskripsikan lebih mendalam mengenai fenomena penyimpangan sosial yaitu *booking out* (BO) di kalangan *sales promotion girl* (SPG). Pemasaran suatu produk merupakan kegiatan perekonomian yang memerlukan dan melibatkan berbagai sumber daya dibaliknyanya. Salah satu sumber daya yang memegang peranan penting dalam pemasaran yaitu dengan menggunakan SPG untuk menjual produknya. Peran SPG dalam pemasaran menjadi salah satu cara yang diambil oleh pengusaha untuk mempromosikan atau menjual produknya kepada konsumen. Saat ini strategi penjualan menggunakan jasa SPG menjadi *trend* di perusahaan-perusahaan. Hal ini dikarenakan penjualan mereka mengalami peningkatan karena promosi secara langsung kepada konsumen sehingga mencegah mereka membeli produk yang sama dengan merek berbeda. Hal ini juga diperkuat dengan peningkatan permintaan SPG untuk suatu perusahaan dalam suatu *event*<sup>1</sup>.

Kehidupan di perkotaan yang telah semakin beragam, dapat terlihat dari kebutuhan akan manusia yang meningkat, kebutuhan yang sekunder atau tersier sekarang dapat menjadi kebutuhan primer atau kebutuhan pokok untuk dirinya.

---

<sup>1</sup> Hasil wawancara dengan agensi 17 April 2015, pukul 15.00 – 17.00

Kebutuhan akan kepemilikan *handphone* keluaran terbaru, mobil, serta apartemen yang dapat menunjang kebutuhan akan gaya hidupnya membuat perubahan pola pikir masyarakat perkotaan yang menjadikan gaya hidup sebagai suatu keharusan. Perubahan-perubahan dalam masyarakat yang dapat mengenai nilai-nilai sosial, norma sosial, pola-pola perilaku organisasi, susunan lembaga kemasyarakatan, lapisan dalam masyarakat, kekuasaan dan wewenang, interaksi sosial dan lain sebagainya<sup>2</sup>.

Perubahan pola pikir dan semakin tingginya kebutuhan akan kehidupan di perkotaan menjadikan masyarakat dapat melakukan berbagai cara agar dapat kebutuhan yang dapat menunjang pola hidup dan gaya hidup mereka. Menjadi SPG adalah salah satu cara masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka, jasa SPG digunakan di berbagai macam *event*, seperti pameran-pameran otomotif, makanan, *fashion show*, peluncuran produk baru dan lain sebagainya. Penampilan SPG yang menarik dan kecakapan seorang SPG dalam berkomunikasi dengan konsumen menjadi salah satu nilai jual yang sangat berpengaruh dalam penjualan produk suatu perusahaan tersebut, maka dari itu permintaan terhadap SPG cukup tinggi baik itu melalui media sosial maupun agensi yang menyalurkan SPG.

Pekerjaan sebagai SPG menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan perempuan muda yang mencari pekerjaan *freelance* ataupun yang menjadikan SPG sebagai sumber mata pencaharian utama dalam kehidupannya, hal tersebut

---

<sup>2</sup>Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1994) hlm, 333

dikarenakan pekerjaan sebagai SPG tidak menuntut tingkat pendidikan yang tinggi, namun memang seorang SPG tersebut harus memiliki *skill* dalam berkomunikasi dan berpenampilan menarik agar dapat menarik konsumen terhadap produk yang dijual atau dipromosikan oleh SPG tersebut. Hal lainnya yang menjadikan profesi SPG sebagai pekerjaan yang dicari oleh perempuan-perempuan muda adalah imbalan yang terbilang cukup besar nominalnya dan banyaknya bonus yang diterima jika seorang SPG tersebut dapat melebihi target yang telah ditetapkan.

Mengesampingkan kesan negatif yang diterima dari masyarakat terhadap SPG, memang profesi ini terbilang menggiurkan bagi sebagian besar kalangan perempuan muda, hal ini dikarenakan dunia SPG menawarkan sebuah batu loncatan untuk menjadi seorang model. Para pencari model tidak jarang mencari seorang model dengan merekrut SPG untuk dijadikan sebagai foto model<sup>3</sup>, namun sudah menjadi rahasia umum disetiap *event* besar dan yang menghadirkan SPG di dalamnya kerap ada praktek prostitusi terselubung di dalamnya, prostitusi terselubung ini kemudian terus berlangsung salah satunya karena mempertimbangkan kompensasi yang akan diterimanya. SPG dapat masuk ke perdagangan seks melalui berbagai cara, masing-masing memiliki hubungan dengan sektor yang mereka jalani, dengan mempertimbangkan kompensasi yang jauh lebih besar lagi yang menjadikan alasan bagi mereka memilih pekerjaan tersebut. SPG yang menerima pekerjaan tersebut

---

<sup>3</sup> Hasil wawancara dengan informan pada 17 April 2015 pukul 15.00-17.00



biasa dibidang dengan sebutan *booking out*, mereka biasanya “melayani” konsumen mereka sesudah *event* selesai.

Kegiatan prostitusi merupakan salah satu fenomena penyimpangan sosial yang memang sudah ada sejak dahulu kala. Seiring berkembangnya teknologi, industri dan kebudayaan manusia, maka berkembanglah prostitusi dalam berbagai sifat, bentuk dan tingkatannya. Masalah prostitusi tidak hanya sulit bahkan juga tergolong masalah yang harus senantiasa diperhatikan secara sungguh-sungguh oleh bukan hanya pemerintah melainkan seluruh umat manusia.

Perkembangan prostitusi yang terjadi di Indonesia, diawali pada saat berdirinya kerajaan-kerajaan. Pada saat itu raja memiliki lebih dari satu orang *selir* atau istri, karena raja memiliki kekuasaan yang tak terbatas sehingga dengan leluasa dia bebas memilih berapapun *selir* yang ia inginkan. Menurut Bonger prostitusi didefinisikan sebagai gejala kemasyarakatan dimana wanita secara sadar menjual diri melakukan perbuatan-perbuatan seksual sebagai mata pencaharian, unsur esensial dalam prostitusi adalah motif ekonomi<sup>4</sup>. Kegiatan prostitusi yang marak terjadi umumnya terdapat di kota-kota besar. Banyak faktor yang menyebabkan prostitusi itu terjadi seperti faktor sosial, ekonomi dan budaya.

Faktor ekonomi menjadi salah satu faktor yang dominan yang membuat wanita melakukan prostitusi. Oleh karena faktor ekonomi yang dominan, secara tidak

---

<sup>4</sup>Bangun Rajamin, *Hal-Hal yang Menyebabkan Seorang Melakukan Prostitusi*, (Jakarta: The LC Office, 1989) hlm 54.

langsung banyak orang yang berlomba-lomba masuk ke dalam bisnis ini untuk menghasilkan uang<sup>5</sup>. Beberapa orang yang terlibat langsung ke dalam fenomena ini adalah agensi, klien, dan SPG itu sendiri. Secara realitas praktik prostitusi sangat ditentang dan dilarang oleh semua agama yang ada di Indonesia, karena hal ini sangatlah bertentangan dengan norma dan nilai yang berlaku di Indonesia. Selain melanggar nilai dan norma agama yang berlaku, prostitusi ini juga menimbulkan berbagai macam penyakit kelamin yang mematikan.<sup>6</sup> Secara hukum memang prostitusi itu melanggar hukum namun prostitusi terselubung yang terjadi di balik pekerjaan SPG sulit untuk diberantas, menurut penulis sulitnya mendeteksi dan mengungkapkan jaringan agensi serta SPG yang dapat di *booking out* menjadi salah satu kendala sulitnya memberantas prostitusi terselubung ini, dengan demikian menjadi suatu hal yang menarik perhatian penulis untuk membahas tentang prostitusi terselubung di balik profesi sebagai SPG ini.

## 1.2. Permasalahan Penelitian

Pokok permasalahan didalam penelitian ini adalah bagaimana bisa terjadinya dan bagaimana bisa terdapat prostitusi terselubung itu bisa terjadi di balik profesi sebagai SPG. Berangkat dari masalah tersebut penulis tertarik dalam melakukan penelitian tersebut, karena proses perekrutan calon BO ini terbilang mengikuti perkembangan zaman saat ini yaitu melalui media sosial, dan tidak semua perempuan

---

<sup>5</sup>Hoigard Cecile Hariarti, Emmy Nur, *Tubuhku Bukan Miliku: Prostitusi, Uang, dan Cinta*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008) hlm 37.

<sup>6</sup>Soedjono D, *Pelacuran Ditinjau dari Segi Hukum dan Kenyataan dalam Masyarakat*, (Bandung: PT. Karya Nusantara, 1977) hlm 29.

yang menginginkan pekerjaan ini dapat langsung mendapatkannya, melainkan mereka harus melalui beberapa seleksi yang telah ditetapkan oleh agensi sesuai permintaan klien.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Mengapa prostitusi terselubung tersebut dapat terjadi, faktor apa yang melatar belakanginya ?
2. Bagaimana sistem kerja serta relasi sosial yang terjalin diantara SPG BO, agensi, dan klien?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang melatar belakang terjadinya fenomena prostitusi terselubung di kalangan SPG. Dalam penelitian ini juga ingin mengetahui lebih jauh bagaimana cara perekrutan sampai aktor-aktor yang terlibat di dalamnya yang menjadikan profesi ini semakin berkembang. Selain itu penelitian ini juga untuk mengetahui bagaimana relasi sosial yang terjalin dan bagaimana relasi sosial tersebut dapat bertahan dan bahkan meluas sampai dengan saat ini. Selain itu penelitian ini juga untuk melihat bagaimana persepsi masyarakat terkait dengan fenomena profesi sebagai SPG BO tersebut dan lebih dalam mengetahui gambaran dari fenomena *booking out* dibalik profesi sebagai SPG.

#### **1.4. Signifikansi Penelitian**

Penelitian mengenai problematika yang berkaitan dengan prostitusi terselubung yang terjadi di balik pekerjaan sebagai SPG yang dikaji dari segi juridisnya diharapkan memiliki kegunaan berupa pemikiran, baik berupa praktik maupun berupa teoritis. Secara teori penelitian ini diharapkan dapat berguna dan dapat memberikan sumbangan terhadap pemikiran, baik pada ilmu yang ada pada umumnya maupun kepada ilmu-ilmu lain yang mungkin relevan dengan penelitian ini namun lebih dikhususkan bagi perkembangan ilmu sosiologi yaitu dalam masalah sosial karena di dalam masalah sosial mempelajari bagaimana fenomena-fenomena permasalahan yang terjadi di masyarakat, mempelajari hal yang tidak sesuai dengan adat dan norma yang berlaku di masyarakat. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pelengkap bahan-bahan penelitian dan kepustakaan mengenai tema yang serupa, dan diharapkan lagi penelitian ini bisa menjadi tinjauan terhadap hukum yang ada di Indonesia.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai penyumbang pemikiran bagi sarjana-sarjana lain yang melakukan penelitian serupa. Penelitian ini juga diharapkan memberikan sumbangan pemikiran secara khusus terhadap pengambil keputusan terkait fenomena prostitusi yang terjadi. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk penelitian yang akan datang agar dapat secara tegas dapat mengatasi dan secara sedikit demi sedikit mengurangi atau membatasi perkembangan permasalahan prostitusi tersebut kedepannya.

## 1.5. Tinjauan Penelitian Sejenis

Kajian mengenai fenomena *booking out* (prostitusi terselubung) di balik profesi sebagai SPG banyak dilakukan dalam beberapa tema yang berbeda namun spesifik. *Pertama*, penelitian sebagai tugas akhir yang dilakukan oleh skripsi Reynold Elisa yang berjudul *Praktik Pelacuran dan Penanganannya oleh Petugas Polsek Metro Gambir*. Dalam kajian ini mengarah pada bagaimana praktik pelacuran dapat terjadi di daerah tersebut, dan memahami gejala sosial yang terjadi dan bagaimana cara polsek setempat dalam menangani permasalahan tersebut.<sup>7</sup>

Reynold Elisa menjelaskan tentang praktek pelacuran yang telah mengakar di daerah tersebut, dan bagaimana proses dalam menangani dan memberantas prostitusi tersebut, memang tidak sepenuhnya terjaring namun di dalam skripsi tersebut telah menunjukkan dampak akan penurunan jumlah prostitusi di daerah tersebut. Dalam penelitian tersebut dapat terlihat bahwa semakin meningkatnya prostitusi dapat terlihat dari lingkungan

*Kedua*, skripsi dari Muhammad Kurniawan yang berjudul *Pelacuran Kelas Menengah dan Penanganannya di Taman Sari*. Kajian ini membicarakan mengenai pelacuran kelas menengah di Taman Sari, Jakarta Barat yang menceritakan secara mendalam peran dan fungsi tiap-tiap aktor dalam menjalankan praktik prostitusi.<sup>8</sup> Kajian ini juga menjelaskan mengapa ada oknum hukum yang terlibat di dalam

---

<sup>7</sup> Reynold Elisa, *Loc.Cit.*, hlm 1.

<sup>8</sup> Muhammad Kurniawan, *Pelacuran Kelas Menengah dan Penanganannya di Taman Sari*, (Jakarta:Universitas Indonesia, kriminologi, 2008) hlm 1

praktik prostitusi ini sehingga sampai dengan saat ini masih terdapat praktik prostitusi tersebut meskipun sudah beberapa kali di tertibkan.

*Ketiga* skripsi dari Tantri Susanto yang berjudul *Pandangan dari Sisi SPG Terkait Profesinya*. Kajian ini menjelaskan tentang bagaimana persepsi masyarakat terhadap profesi SPG, bagaimana masyarakat melihat profesi SPG dalam menawarkan suatu produk, dan di dalam penelitiannya menunjukkan bahwa tanpa peran SPG kegiatan promosi penjualan tidak akan berjalan bahkan mencapai target penjualan dan umumnya para konsumen lebih tertarik pada perempuan cantik dan fisik proporsional sehingga penampilan SPG sangat diperhitungkan. Dari keseluruhan profesi ini, penampilan masyarakat terbelah menjadi dua aspek yakni penampilan dan perilaku SPG. Berawal dari hal inilah masyarakat melihat sebagian besar SPG memiliki jiwa *konsumerisme*.<sup>9</sup>

*Keempat* skripsi dari Ramadhani yang berjudul *Fenomena Prostitusi di Kalangan SPG di Bangkalan Menggunakan Pendekatan Biografi*. Skripsi ini menjelaskan tentang terdapat munculnya fenomena prostitusi terselubung yang ada di dalam pekerjaan sebagai SPG yang di mana Ramadhani mengkajinya dengan menggunakan pendekatan biografi sebagai alat analisisnya.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Tantri Susanto, *Pandangan dari Sisi SPG Terkait Profesinya*, (Yogyakarta: Sosiologi, Universitas Atma Jaya, 2010), hlm 1

<sup>10</sup> Ramadhani, *Fenomena Prostitusi di Kalangan SPG di Bangkalan Menggunakan Pendekatan Biografi*, (Solo: Sosiologi Universitas Negeri 11 Maret, 2010), hlm 1

*Kelima* ada tentang penelitian dari Tim *European Parliament* yang mengkaji tentang eksploitasi dan pelacuran yang ada di negara-negara maju benua Eropa seperti Inggris, Belanda, Perancis serta bagaimana prostitusi yang ada di negara-negara maju eropa dapat terus ada sampai dengan saat ini, dan bagaimana mereka melegalkan prostitusi di negara mereka dan dalam kajian itu juga dijelaskan bagaimana dampak prostitusi tersebut terhadap kesetaraan gender di negara eropa.

**Tabel 1.1**  
**Tinjauan Penelitian Sejenis**

<b>Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
Reynold Elisa P	<i>Praktik pelacuran dan penanganannya oleh petugas polsek metro gambir</i>	Studi ini mengkaji tentang praktik pelacuran dan jaringan yang terjalin	Membicarakan penanganan kasus oleh polsek
Muhammad Kurniawan	<i>Pelacuran Kelas Menengah dan penanganannya di taman sari</i>	Studi ini mengkaji tentang pelacuran kelas menengah dan jaringan yang terjalin dalam pelacuran tersebut	Membicarakan tentang terlibatnya oknum hukum yang terjalin dalam prostitusi tersebut
Tantri Susanto	<i>Pandangan dari sisi SPG terkait profesinya</i>	Studi ini mengkaji tentang persepsi SPG	Membicarakan mengenai persepsi dari sisi SPG itu sendiri terkait profesinya
Ramadhani	<i>Fenomena prostitusi di kalangan SPG di bangkalan menggunakan pendekatan biografi</i>	Studi ini mengkaji tentang fenomena Prostitusi terselubung di kalangan SPG	Membicarakan fenomena prostitusi terselubung di kalangan SPG dengan menggunakan pendekatan biografi
European Parliament	<i>Sexual Exploitation and Prostitution</i>	Studi ini sama-sama mengkaji tentang prostitusi dan eksploitasi wanita	Studi ini mengkaji tentang eksploitasi wanita di negara-negara maju seperti di Inggris, Jerman, Perancis, dan Belanda serta dalam studi ini dijelaskan tentang bagaimana dampaknya terhadap kesetaraan gender di dunia
Rangga Try Wibowo	<i>Fenomena prostitusi terselubung di balik profesi Sales Promotion Girl</i>	Studi ini sama-sama mengkaji tentang fenomena pelacuran yang terjadi di masyarakat	Terdapat varian lain dalam fenomena pelacuran tersebut

Sumber: Diolah dari Studi Penelitian Sejenis, 2015

## 1.6. Kerangka Konseptual

### 1.6.1. Profesi

Profesi ialah pekerjaan atau bidang pekerjaan yang menuntut keahlian dan tanggung jawab di dalam praktik pelaksanaannya. Menurut J.S. Badudu,



definisi *professionalisme* adalah mutu, kualitas dan tindakan yang merupakan ciri suatu profesi atau ciri orang yang profesional. Sementara kata profesional sendiri berarti bersifat profesi, memiliki keahlian dan keterampilan karena pendidikan dan latihan, dan memperoleh pendapatan karena keahliannya.<sup>11</sup>

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *professionalisme* memiliki dua arti pokok, yaitu keahlian dan pendapatan. Kedua hal tersebut merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan, artinya seseorang dapat dikatakan memiliki *professionalisme* karena memiliki dua hal pokok tersebut yaitu keahlian yang sesuai bidang tugasnya dan pendapatan yang layak sesuai kebutuhan hidupnya.

### **1.6.2. Sales Promotion Girl**

Pengertian *sales promotion girls* atau biasa disebut dengan SPG dapat dilihat dari berbagai aspek. SPG merupakan suatu profesi yang bergerak dalam pemasaran atau promosi suatu produk. Profesi ini biasanya menggunakan wanita yang mempunyai karakter fisik yang menarik sebagai usaha untuk menarik perhatian konsumen. Kebutuhan perusahaan terhadap tenaga SPG disesuaikan dengan karakteristik suatu produk yang akan dipasarkan. Promosi produk untuk kebutuhan sehari-hari biasanya menggunakan tenaga SPG dengan

---

<sup>11</sup> Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Kencana, 2011) hlm. 23.

kriteria yang dimungkinkan lebih rendah dibandingkan dengan *sales promotion girls* untuk produk semisal produk *lux* seperti halnya otomotif.<sup>12</sup>

Dengan demikian, pemilihan penggunaan tenaga SPG dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan produk yang akan dipromosikan. Kesesuaian antara produk yang dipromosikan dengan kualifikasi SPG memungkinkan akan meningkatkan daya tarik konsumen pada produk yang dipromosikan. Keberadaan karakter fisik seorang SPG tersebut, secara fungsional dapat mengangkat citra produk, terutama produk konsumsi langsung.

Seorang SPG dituntut untuk mempunyai tingkat kecerdasan yang tinggi, terutama terhadap pengetahuan produk yang dipromosikan maupun yang dipasarkan dan juga mempunyai penampilan fisik yang mendukung terhadap karakter produk. Pengertian *sales promotion girl* ditinjau dari sistem pemasaran. Nitisemito berpendapat bahwa sebagai salah satu pendukung pemasaran suatu produk maka diperlukan tenaga promosi suatu produk sehingga mampu menarik konsumen<sup>13</sup>. Selanjutnya, dengan kemampuan berpromosi yang dimiliki seorang *sales promotion girl* akan mampu memberikan berbagai informasi yang berkaitan dengan produk<sup>14</sup>.

---

<sup>12</sup> Milton F, Matz Usry Hammer, *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian*, Edisi 5, (Jakarta: Erlangga, 1990) hlm 132.

<sup>13</sup> Nitisemito, Ales. S, *Manajemen Personalia*, (Jakarta: Ghalia Indonesia 2001) hlm 53

<sup>14</sup> *Ibid.*,

Retnasih menyatakan bahwa *sales promotion girl* adalah seorang perempuan yang direkrut oleh perusahaan untuk mempromosikan produk.<sup>15</sup> Pendapat ini melihat keberadaan SPG dari fungsinya yaitu sebagai pihak presenter dari suatu produk. Lebih lanjut pendapat ini mengilustrasikan bahwa tugas utama dari SPG adalah promosi produk, pada umumnya status SPG adalah karyawan kontrakan. Mereka dikontrak dalam kurun waktu tertentu untuk mempromosikan produk.

SPG yang tugas utama mereka yaitu menawarkan/menjual suatu produk secara langsung kepada konsumen, tidak jarang ada banyak lelaki yang menggoda mereka, hal tersebut menjadi suatu hal yang wajar dan menjadi konsekuensi pekerjaan, karena memang mereka tidak bisa memilih sendiri *dress code* yang digunakan saat berlangsungnya *event*, melainkan dari pihak merek/penyelenggara *event* lah yang menentukan *dress code* yang dipakai saat acara berlangsung, yang dimana tujuan utamanya adalah membuat acara lebih menarik dan sebagai sarana promosi yang paling efektif dalam memperjualkan produk mereka.SPg itu sendiri terbagi menjadi 3 kategori yang diantaranya adalah:

- SPG Reguler

SPG reguler adalah SPG yang bekerja di suatu perusahaan, biasanya SPG reguler ini bekerja pada sistem kontrak dalam kurun waktu yang

---

<sup>15</sup> Ratna Retnasih, *Sales Promotion Girls dalam Berbagai Perspektif*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001) hlm 23

disepakati dengan perusahaan, dan biasanya SPG reguler dituntut bekerja sebulan penuh atau tergantung dengan perusahaan yang menginginkan SPG reguler bekerja berapa kali sebulan dalam kurun waktu satu tahun.<sup>16</sup>

SPG reguler sering terlihat pada supermarket seperti Carrefour, Giant, atau suatu merek yang memang memperkerjakan SPG reguler sebagai media promosi mereka seperti pada merek tepung bogasari. SPG reguler dibayar dengan sistem gaji disertai dengan insentif penjualan. Insentif penjualan adalah semacam bonus jika SPG tersebut mencapai target penjualan yang telah ditetapkan pada perusahaan. Biasanya gaji dari SPG Reguler sudah sejumlah dengan UMR, dan bahkan bisa lebih tergantung dengan kesepakatan dengan perusahaan.

**Gambar 1.1**  
**SPG Reguler**



Sumber: Dokumentasi Penelitian, 2015

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, hlm 93

- *SPG Event*

*SPG event* ini selalu menarik perhatian bagi mereka yang ingin mencoba profesi sebagai SPG, karena *SPG event* ini tidak menuntut bekerja pada kurun waktu sebulan penuh, mereka hanya bekerja sesuai dengan berlangsungnya *event* tersebut, biasanya *event* berlangsung dalam kurun hari 1-7 hari atau bisa lebih tergantung *event* tersebut diselenggarakan.<sup>17</sup> Pembayaran gaji mereka dihitung perhari, biasanya dalam satu hari *event*, *SPG event* dibayarkan sekitar 200-500 ribu rupiah, bisa lebih tergantung dengan perusahaan yang memperkerjakan *SPG event* tersebut. *SPG event* ini biasa kita lihat pada acara/*event* *Indonesia International Motor Show, Jakarta Fair, Indocomtech*, dan *event* lain sebagainya.

**Gambar 1.2**  
**SPG Event**



Sumber: Agensi

---

<sup>17</sup> *Ibid.*,

### 1.6.3. Konsumerisme

Konsumerisme merupakan suatu paham atau gaya hidup yang menganggap barang-barang sebagai ukuran suatu kebahagiaan, kesenangan, dan sebagainya.<sup>18</sup> Pengertian ini mengartikan bahwa pola hidup seseorang dengan keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang diperlukan sebagai sebuah ukuran untuk memuaskan diri individu tersebut dalam memenuhi gaya hidupnya<sup>19</sup>

Gaya hidup yang merupakan pola-pola tindakan yang membedakan satu orang dengan yang lainnya. Dalam interaksi sehari-hari gagasan mengenai gaya hidup dapat diterapkan tanpa harus menjelaskan apa yang dimaksud, gaya hidup menjadi suatu tantangan untuk mendapat mendefinisikan dan mendeskripsikan hal-hal yang merujuk pada gaya hidup itu sendiri. Oleh karena itu gaya hidup membantu memahami apa yang orang lakukan, mengapa mereka melakukan dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi orang lain.<sup>20</sup>

Konsumsi yang dilakukan SPG BO tersebut tidak lain merupakan suatu pemenuhan gaya hidup dirinya yang bertujuan apakah dirinya dapat menjadi seorang yang memiliki makna di mata orang lain, maksud dari memiliki makna disini merupakan bagaimana SPG BO tersebut dapat mempunyai

---

<sup>18</sup> Hardjana Andre, *Konsumerisme dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: Unika Atma Jaya, 2013), hlm. 43.

<sup>19</sup> *Ibid.*,

<sup>20</sup> David Chaney, *Lifestyles, Sebuah Pengantar Komprehensif*, terj. Nuraeni, (Bandung: jalasutra, 2006) hlm.40.

makna bahwa dirinya adalah orang yang modern, orang yang bergaya *glamour*, dan orang yang mempunyai banyak uang sehingga memungkinkan dirinya berada pada status sosial yang tinggi dalam masyarakat.

#### **1.6.4. Prostitusi**

Prostitusi adalah sebuah fenomena yang sudah ada sejak zaman nabi dahulu, prostitusi merupakan salah satu perbuatan melanggar yang sudah lama ada. Prostitusi pada zaman dahulu berprofesi secara terselubung, sebab mungkin pelaku prostitusi tersebut masih merasa malu akan profesinya. Hal yang melatarbelakangi prostitusi ini tidak lain adalah keterpaksaan karena desakan ekonomu yang tidak terpenuhi.<sup>21</sup>

Prostitusi adalah suatu perbuatan seorang wanita yang memperdagangkan atau menjual tubuhnya yang dilakukan untuk memperoleh bayaran dari laki-laki yang dating kepadanya.<sup>22</sup> Kartini Kartono mendefinisikan prostitusi merupakan peristiwa penjualan diri dengan jalan memperjual belikan badan, kehormatan dan kepribadian kepada banyak orang untuk memuaskan nafsu seks dengan imbalan pembayaran<sup>23</sup>. Menurut B. Simandjuntak prostitusi secara estimologis berasal dari kata *prostitution* yang berarti hal menempatkan dihadapkan, hal yang menawarkan. Sementara orang berkata bahwa prostitusi adalah menyerahkan diri terang-terangan kepada perzinahan. Perkataan itu

---

<sup>21</sup> Fuad Kauma, *Sensasi Remaja di Masa Puber*, (Jakarta: Kalam Mulia, 1999), hlm 80

<sup>22</sup> Kartini Kartono, *Patologi Sosial 2: Kenakalan Remaja*, (Jakarta: Rajawali Press, 1992) hlm 207

<sup>23</sup> *Ibid.*,

diartikan oleh perpustakaan Yunani dan Romawi terhadap wanita yang menjual tubuhnya.<sup>24</sup>

Berdasarkan pendapat yang terurai di atas dapat dikatakan beberapa hal sebagai berikut:

- Prostitusi merupakan bentuk penyimpangan seksual, dengan pola dorongan seks yang tidak wajar, dan melakukan hubungan seks yang tidak didasari dengan adanya sifat afeksi atau rasa sayang melainkan terdapat dorongan ekonomi yang bergerak dibaliknya
- Prostitusi merupakan peristiwa penjualan diri dengan cara menjualkan tubuh, kehormatan, kepribadian kepada banyak orang demi memuaskan hasrat seksnya dengan mendapatkan imbalan

Dari hal tersebut penulis dapat simpulkan bahwa Prostitusi atau Prostitusi adalah suatu perilaku/perbuatan menyimpang yang dimana wanita lah yang menjadi obyek, yang dimana wanita tersebut rela menjual dirinya, tubuhnya dan kehormatannya demi mendapatkan imbalan kepada kaum laki-laki. Kehidupan masyarakat yang semakin dinamis menjadi profesi dan jenis pekerjaan juga semakin berkembang seiring dengan itu profesi yang dimasukan kedalam jenis Prostitusi antara lain:

---

<sup>24</sup> Simandjuntak. B, *Beberapa Aspek Patologi Sosial*, (Bandung: Alumni, 1981) hlm 71



- a) Pergundian: pergundian merupakan istilah yang digunakan untuk seseorang yang “memelihara” wanita lain atau seorang istri yang tidak resmi, atau istri gelap, tanpa ikatan perkawinan.
- b) Tante girang: yaitu wanita yang sudah pernah/sudah menikah namun tetap melakukan hubungan seksual dengan laki-laki lain baik itu secara iseng atau hanya unyuk bersenang-senang dan mendapatkan pengalaman seks lain, maupun secara intensional untuk mendapatkan penghasilan.
- c) Gadis panggilan: ialah gadis dan wanita yang menyediakan diri untuk dipanggil dan diperkerjakan sebagai prostitute, melalui saluran tertentu. Para wanita ini kebanyakan adalah wanita yang terhimpit perekonomian dan siswa sekolah yang mencoba-coba demi penghasilan lain.
- d) Gadis bar: yaitu gadis-gadis yang bekerja sebagai pelayan di bar dan lebih luas lagi bekerja di tempat yang biasa dijadikan tempat untuk berkumpul atau nongkrong dan sekaligus memberikan layanan seks bagi pengunjung bar tersebut.<sup>25</sup>

Prostitusi dapat dibedakan menjadi 2 jenis, prostitusi yang meliputi secara terang-terangan dan yang secara diam-diam atau terselubung, prostitusi secara terselubung ini merupakan jenis prostitusi yang dimana mereka memiliki wadah untuk melakukan prostitusi tanpa harus dilakukan

---

<sup>25</sup> Bangun Rajamin, *Op. Cit.*, hlm 76

secara terang-terangan, prostitusi jenis ini merupakan prostitusi yang sekedar mencari tambahan penghasilan, dan biasanya pada prostitusi jenis ini mereka memiliki tariff yang tinggi dan sulit untuk diungkap karena mereka melakukan prostitusi secara diam-diam hanya melalui jaringan-jaringan yang terbangun diantara mereka saja.<sup>26</sup>

#### **1.6.5. Perilaku Menyimpang**

Manusia dalam hidupnya akan selalu berusaha untuk menyempurnakan diri, menyesuaikan diri dengan masyarakat dan lingkungan alamnya dimana ia tinggal. Manusia yang pada dasarnya merupakan *zoon politicon* yang dimana manusia merupakan mahluk yang membutuhkan masyarakat lain dan manusia merupakan mahluk yang bermasyarakat, dengan sifatnya yang bergaul dengan manusia lain maka manusia disebut mahluk sosial.<sup>27</sup>

Menurut Kartini Kartono perilaku terbagi menjadi dua, yaitu perilaku normal dan perilaku *abnormal* atau perilaku menyimpang. Tingkah perilaku normal merupakan tingkah laku yang diterima oleh masyarakat, atau perilaku yang sesuai dengan pola dan norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat tersebut. Sedangkan perilaku yang abnormal atau menyimpang merupakan perilaku yang umumnya berada di luar norma-norma sosial yang berlaku di

---

<sup>26</sup> Siregar H. *Membedah Dunia Pelacuran Surabaya*, (Jakarta:Grafiti Pers, 1983) hlm 53

<sup>27</sup> Kansil C. S. T., *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), hlm 29.

masyarakat dimana ia tinggal, atau perilaku yang tidak bisa diterima oleh masyarakat karena tidak sesuai dengan nilai, norma dan adat yang berlaku.<sup>28</sup>

Menurut James Vender Zanden penyimpangan perilaku yang oleh sejumlah besar orang dianggap sebagai hal yang tercela dan diluar batas toleransi.<sup>29</sup> Perilaku menyimpang dapat diartikan sebagai setiap perilaku yang tidak berhasil menyesuaikan diri dengan kehendak-kehendak kelompok tertentu dalam masyarakat, dengan patokan-patokan yang telah ditetapkan oleh masyarakat.<sup>30</sup>

Sedangkan menurut M.Z. Lawang, penyimpangan perilaku merupakan semua tindakan yang menyimpang dari norma-norma yang berlaku dalam suatu sistem sosial dan menimbulkan usaha dari pihak yang berwenang dalam sistem itu untuk memperbaiki perilaku menyimpang tersebut.<sup>31</sup>

Di dalam skripsi ini penulis mencoba menjabarkan dan menjelaskan lebih dalam bagaimana SPG BO tersebut masuk kedalam perilaku menyimpang. SPG yang merupakan profesi yang sebenarnya tidak salah di masyarakat karena tujuannya merupakan salah satu tindakan pemasaran, dengan memperkenalkan produk dan barang baru kepada konsumen, namun di dalam pelaksanaannya terdapat suatu tindakan yang melanggar dan berada pada nilai dan norma yang berlaku di masyarakat tersebut, yaitu SPG BO tersebut.

---

<sup>28</sup> Kartini Kartono *Op. Cit.*, hlm 13

<sup>29</sup> Taufiq Rohman Dhohiri, dkk., *Sosiologi*, (Jakarta:Yudhistira,2003), hlm 126

<sup>30</sup> *Ibid.*,

<sup>31</sup> Hanneman Samuel, *Sosiologi I*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hlm 64

munculnya SPG BO tersebut dilatar belakangi oleh konsumerisme yang dilakukan oleh SPG tersebut untuk memenuhi gaya hidupnya, dalam memenuhi gaya hidupnya memerlukan modal yang tidak sedikit maka dari itu profesi SPG BO dapat muncul di masyarakat, dan dalam menganalisis fenomena tersebut penulis mencoba menggunakan konsep perilaku menyimpang dan menggunakan teori *diferrential association* dalam menganalisis fenomena tersebut.

Teori *differential association* pertama kali diungkapkan oleh Edwin H.Sutherland yang berpendapat bahwa perilaku yang menyimpang merupakan perilaku yang dapat dipelajari di dalam lingkungan sosial, artinya semua tingkah laku dapat dipelajari dengan berbagai cara<sup>32</sup>. Ia juga mendefinisikan *differential association* sebagai “*the contents of patterns presented in association would differ from individual to individual*” yang maknanya merupakan bahwa tidak hanya kelompok pergaulan dengan yang pelaku yang menyimpang akan menyebabkan perubahan pada individu untuk melakukan kejahatan atau penyimpangan, akan tetapi yang terpenting adalah komunikasi individu tersebut dengan orang lain, artinya seorang individu mempelajari suatu perilaku menyimpang bersumber pada pergaulan yang berbeda (*differential association*), artinya seorang individu mempelajari suatu perilaku menyimpang dan interaksinya dengan seorang individu yang berbeda latar belakang asal, kelompok atau budaya, bukan dari warisan keluarganya.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Yesmil Anwar dan adang, *Kriminologi*,( Bandung: PT Refika Aditama, 2010), hlm 74

<sup>33</sup> *Ibid.*, 75

## 1.7. Metodologi Penelitian

### 1.7.1. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan kualitatif untuk menjelaskan fenomena SPG BO, penelitian kualitatif adalah metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang – oleh sejumlah individu atau sekelompok orang- dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.<sup>34</sup> Pendekatan ini akan menggali secara lebih mendalam dengan melihat bagaimana cara pandang, bagaimana fenomena tersebut dapat terjadi dan bagaimana relasi serta penyalurannya. Untuk lebih memahami bagaimana fenomena tersebut terjadi, penulis berinteraksi langsung dengan subyek yang akan diteliti yaitu tiga orang *sales promotion girl booking out*, serta seorang agensi yang memang menaungi dan mengetahui banyak informasi terkait profesi tersebut.

Penulis melakukan wawancara mendalam kepada informan NT, F, dan CC agar mampu menjawab pertanyaan penelitian penulis sebagai bagian dari metodologi penelitian, seperti mengumpulkan data yang spesifik dari obyek yang diteliti, serta menafsirkan data. Langkah ini perlu dilakukan agar data yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan dari permasalahan penelitian.

---

<sup>34</sup> John W. Creswell, *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm 4

### 1.7.2. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang-orang dari kelompok sasaran penelitian yang mengetahui dan memberikan informasi lengkap dan jelas terkait yang diperlukan oleh penulis. Dalam konteks ini subyek penelitian adalah informan yang memiliki profesi sebagai *sales promotion girl*, agensi yang terkait.

**Tabel 1.2**  
**Karakteristik Informan**

No	Nama	Status	Usia
1	NT	SPG <i>Event</i>	26
2	F	SPG <i>Event</i>	-
3	CC	SPG <i>Event</i>	26

Sumber: Hasil Observasi 2015

### 1.7.3. Teknik Pengumpulan Data

Sumber Data

#### a) Data primer

Data primer adalah data yang di dapat langsung dari sumbernya dengan melakukan penelitian langsung atau dengan kata lain data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden. Data primer penulis dapatkan dari hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada informan dengan demikian dari hasil wawancara tersebut didapatkan data primer untuk menjawab pertanyaan penelitian penulis

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat dari dokumen dokumen tertulis yang bukan hasil observasi langsung dari penulis. Data sekunder penulis mencari buku dan jurnal ilmiah serta literatur yang sejenis dengan penelitian penulis dengan bertujuan agar data sekunder ini dapat menunjang data primer penulis dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data

a) Observasi

Di dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan terhadap SPG pada waktu mereka menjalankan profesinya atau dalam berbagai *event* yang terlibat. Mengamati bagaimana mereka memasarkan, dan mengamati bagaimana konsumen pria menanggapi SPG yang menawarkan produk. Jika memungkinkan penulis akan melakukan pengamatan saat transaksi *booking out* berlangsung.

b) Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara melakukan Tanya jawab sambil bertatap muka secara langsung dengan responden yang diwawancarai. Dalam penelitian ini, wawancara yang dilakukan secara mendalam dan bersikap terbuka sehingga informan dapat memberikan informasi secara rinci dan jelas.

#### 1.7.4. Teknik Analisis Data

Data yang akan diperoleh dari hasil penelitian ini dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif, dan kemudian dipaparkan sebagai gambaran fakta apa adanya untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah. Dalam penelitian ini tahapan analisis data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a) Pengumpulan Data

Maksud dari kegiatan ini adalah, penulis melakukan dan mencari serta mengumpulkan data yang berkaitan dengan tema skripsi penulis yaitu tentang fenomena *booking out* di balik profesi sebagai SPG. Serta persepsi masyarakat dan SPG lainnya terhadap profesi mereka, melalui observasi, wawancara, ataupun melalui studi pustaka.

b) Klasifikasi Data

Dalam kegiatan ini penulis berupaya mengelompokkan dan memilah data yang relevan agar sesuai dengan fokus yang diteliti. Hal tersebut dilakukan agar pembaca nantinya bisa mengerti dengan penelitian penulis.

c) Display Data

Data yang telah dikelompokkan atau diklasifikasi diolah dan dipaparkan secara sistematis sebagai bahan pembahasan nantinya. Pemaparan data yang diperoleh akan dimasukkan di dalam penulisan ini agar dapat menunjang dan menjawab pertanyaan penelitian penulis.



d) Pembahasan

Dalam kegiatan ini penulis membahas data yang telah disusun untuk menjawab atau mengkaitkan dengan pertanyaan penelitian yang sudah tertera diatas.

e) Kesimpulan

Dalam kegiatan ini penulis berupaya menyimpulkan dari hasil pembahasan data yang telah dilakukan sebelumnya serta mengkaitkannya dengan tujuan penelitian.

### **1.8. Sistematika Penelitian**

Penulisan penelitian skripsi ini dibagi menjadi lima bab yang masing-masing bab terdiri atas beberapa subbab guna lebih memperjelas ruang lingkup dan cakupan permasalahan yang diteliti. Adapun urutan dan tata letak masing-masing bab serta pokok pembahasannya adalah sebagai berikut:

- 1) Bab 1: Pada bab ini penulis akan membuat pendahuluan yang berisi tentang penjelasan maksud dan perencanaan penelitian. Lebih rinci, dalam bab ini akan ditemukan latar belakang, permasalahan penelitian, tujuan penelitian, tinjauan pustaka sejenis yang sesuai dengan pembahasan penelitian, kerangka konseptual yang berisi tentang teori-teori yang menjadi kerangka pemikiran dalam penelitian, serta metodologi penelitian.

- 2) Bab 2: Pada bab 2 berisi tentang deskripsi penelitian yang dilakukan penulis. Pemaparan akan dimulai dengan gambaran bagaimana secara umum SPG itu, data informan juga akan dipaparkan pada bab ini serta beberapa profesi yang terkait dengan SPG BO tersebut, serta bagaimana sistem kerja antara agensi dengan SPG.
- 3) Bab 3: Pada bab ini berisi tentang peran serta relasi sosial yang terjalin diantara profesi-profesi yang terkait (SPG BO, agensi, klien) bagaimana relasi yang terjalin diantara mereka dan bagaimana dapat terbangun relasi diantara profesi-profesi tersebut.
- 4) Bab 4: berisi analisa data dengan mengaitkan hasil temuan lapangan dengan konsep-konsep yang menjadi kerangka pemikiran untuk menjelaskan terjadinya fenomena prostitusi terselubung di balik profesi SPG
- 5) Bab 5: pada bab ini, penulis menutup penelitian dengan kesimpulan dan saran

## BAB II

# SETTING SOSIAL SALES PROMOTION GIRL BOOKING OUT, AGENSI, SERTA SISTEM KERJA SEORANG SALES PROMOTION GIRL

### 2.1 Pengantar

Pada bab ini secara umum menjelaskan tentang profil serta setting penelitian yang dilakukan. Pada sub bab kedua ini akan diuraikan dan dijelaskan serta membedakan deskripsi umum tentang istilah *booking out (BO)*, *Ladies Companion*, *Koro-Koro*, yang diawali oleh kehidupan sosial pelaku BO, data informan serta alasan yang melatar belakangi mengapa ia dapat masuk kedalam profesi tersebut. Pada sub bab yang ketiga penulis mencoba untuk memaparkan serta menjelaskan mengenai sistem kerja agensi dan SPG serta cara agensi dalam merekrut SPG, dan bagaimana cara agensi dapat melihat bahwa SPG atau dapat melihat calon BO.

Pada sub bab yang keempat penulis mencoba untuk menjelaskan tentang profesi SPG itu sendiri dan profesi yang sejenis dengan SPG, di dalam profesi yang terkait ternyata terdapat beberapa varian dari SPG itu sendiri, yang menyamakannya dengan profesi tersebut adalah cara dan tempat ia bernaung di dalam suatu agensi. Maka dari itu antar varian yang terkait dengan yang lainnya, dan yang terakhir pada

subbab yang kelima penulis akan memaparkan tentang data informan yang penulis dapat dari hasil wawancara. Pada bab ini penulis dipertemukan oleh 3 orang informan untuk melengkapi data yang dibutuhkan penulis dalam skripsi ini, penulis dipertemukan oleh agensi yang memang menaungi mereka dalam profesi sebagai SPG BO tersebut.

## **2.2 Deskripsi Umum tentang SPG, BO dan Beberapa Profesi yang terkait dengan SPG**

Definisi *sales promotion girl*, yaitu bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera serta meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan,<sup>35</sup> dengan adanya SPG perusahaan dapat menarik pelanggan dan mempengaruhi pelanggan untuk mencoba produk yang ditawarkan.

Profesi ini biasanya menggunakan wanita yang mempunyai karakter fisik menarik sebagai usaha untuk menarik perhatian dari konsumen. Kebutuhan perusahaan terhadap SPG harus disesuaikan dengan produk yang ditawarkan, dengan begitu pemilihan tenaga SPG tidak bisa dianggap sebelah mata, karena harus dilakukan dengan pertimbangan bahwa SPG tersebut mewakili produk dari perusahaan tersebut, karena akan menjadi suatu usaha dalam memberikan rangsangan terhadap pembentukan persepsi dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen melalui presentasi secara langsung.

---

<sup>35</sup>Fandy Tjiptono, *Brand Management Strategy*, (Yogyakarta: Andi Offset 1997) hlm 229

SPG dikategorikan menjadi dua jenis yaitu yang pertama adalah SPG yang memang merupakan pegawai tetap dari perusahaan tersebut yang ditugaskan untuk mempromosikan barang yang dihasilkan. Biasanya SPG tetap mempunyai pengetahuan terkait produk lebih rinci dan lebih detail karena SPG ini merupakan bagian dari perusahaan tersebut. Kedua adalah SPG kontrak, SPG kontrak ini disewa atau dibayar dengan perjanjian kontrak kerja atas waktu tertentu, SPG kontrak biasanya tidak memiliki pengetahuan akan produk yang ditawarkan secara rinci, SPG kontrak hanya mampu menggambarkan produk secara garis besar saja. Namun tidak semua SPG kontrak tidak memiliki pengetahuan secara rinci biasanya mereka memposisikan diri pada situasi yang akan dihadapi dilapangan dengan membeli produk yang akan ditawarkan untuk dijadikan referensi dan pengetahuan dalam meningkatkan pekerjaannya.

Setiap bidang pekerjaan mempunyai kriteria tertentu untuk merekrut karyawannya, begitupun SPG, persyaratan ini merupakan hal yang penting karena dapat menunjang dan dapat melihat berhasil atau tidaknya produk tersebut diterima oleh masyarakat atau konsumen. Adapun persyaratan yang harus dipenuhi oleh SPG diantaranya adalah:

- *Performance*

*Performance* merupakan tampilan fisik yang dapat dilihat menggunakan penglihatan. Dalam perspektif ini, performance juga mengilustrasikan tentang pembawaan seseorang. Pembawaan ini diukur dari penampilan

*outlook* (fisik) dan desain *dress code* (desain pakaian yang digunakan), ukuran dari pembawaan ini bersifat subyektif, dimana pemikiran setiap orang akan berbeda

- *Communicating style*

Komunikasi mutlak harus terpenuhi oleh SPG karena melalui komunikasi ini akan mampu tercipta suatu interaksi antara konsumen dengan SPG. Komunikasi ini diukur dari gaya bicara dan cara berkomunikasi. Pengukuran atas *communicating style* ini dikembalikan kepada konsumen karena bersifat subyektif.<sup>36</sup>

- *Body language*

Body language ini lebih mengarah pada keadaan fisik (lemah lembut, lemah gemulai, dan lain-lain). Gerak tubuh ketika menawarkan produk dan sentuhan fisik (*body touch*) adalah deskripsi dari *body language* ini. Pengukuran atas *body language* ini dikembalikan kepada konsumen karena bersifat subyektif (setiap orang mungkin berbeda)<sup>37</sup>

### 2.3 Sistem Kerja Agensi dan SPG

Sistem kerja yang merupakan serangkaian dari beberapa pekerjaan yang berbeda yang kemudian dipadukan atau saling bersinergi yang bertujuan untuk menghasilkan suatu benda atau jasa yang terdapat suatu nilai keuntungan bagi tiap-tiap individu atau kelompok yang terkait di dalamnya. Sistem kerja yang terjalin

---

<sup>36</sup> Mujiasih Raharti, *Manajemen Penjualan dan Pemasaran*, (Jakarta: Andy Offset, 2001), hlm 221

<sup>37</sup> *Ibid.*,

dengan baik akan menghasilkan hasil yang berkualitas begitu juga dengan hal pemasaran yang dilakukan pastinya ada sistem yang terbangun agar dapat bersinergi untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tiap-tiap profesi telah ada sistem kerjanya masing-masing, yang dapat penulis jelaskan sebagai berikut:

### **2.3.1. Sistem Kerja Agensi**

Dalam berjalannya suatu *event* memang dapat dengan mudah kita temui para SPG yang berkeliling menjajakan produk terbaru atau suatu barang yang diperkenalkan dengan cara yang ramah, murah senyum, cantik, serta terampil dalam menawarkan produk yang dijajakan, namun di balik itu semua ada proses panjang dan seleksi ketat yang harus dilalui para SPG, disini lah terlihat peran suatu agensi yang dapat mengembangkan karir mereka di dunia SPG sehingga mereka dapat menjadi SPG yang professional. Pengembangan karir menurut Andrew E. Sikula dalam Anwar, pengembangan adalah proses pendidikan jangka panjang yang mempergunakan prosedur sistematis dan terorganisir yang pegawai manajerialnya mempelajari pengetahuan konseptual dan sistematis untuk mencapai tujuan umum.<sup>38</sup>

Sedangkan menurut singodimedjo dalam Edy, pengembangan merupakan proses persiapan individu di dalam suatu organisasi, biasanya berkaitan dengan peningkatan kemampuan intelektual untuk melaksanakan

---

<sup>38</sup> A.A. Anwar, Prabu Mangkunegara, *Evaluasi Kinerja SDM*, (Bandung: PT. Refika Aditama) hlm 43

pekerjaan yang lebih baik.<sup>39</sup> Pengembangan karir yang dilakukan oleh agensi melalui beberapa tahapan proses sehingga SPG tersebut bisa lolos dan menjadi SPG disuatau *event* besar, ada dua tahapan pengembangan karir menurut Edy Sutrisno yang agensi berikan untuk para calon SPG antara lain adalah:



Sumber: Hasil Olah Penulis, 2015

- Pendidikan

Peran pendidikan disini sebagai landasan untuk membentuk, mempersiapkan dan mengembangkan kemampuan sumber daya manusia yang sangat menentukan dalam keberhasilan pembangunan di masa depan bagi suatu perusahaan ataupun organisasi. Disini peran agensi dalam memberikan edukasi bagi para calon SPG, bagaimana cara mereka memilih pekerjaan yang sesuai dengan kriteria mereka,

---

<sup>39</sup> Edy Sutrisno, *Op. Cit.*, hlm 64.



bagaimana dapat mendapatkan memenuhi dan mengejar target yang telah diterapkan dan memberi tips dan trik bagi para SPG agar bisa menjadi SPG yang professional.<sup>40</sup>

- Pelatihan

Pelatihan adalah proses pendidikan jangka pendek yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisasi dimana tenaga manajerialnya mempelajari pengetahuan dan keterampilan teknis dengan tujuan tertentu.<sup>41</sup> Jadi pelatihan disini merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kinerja karyawan dalam pekerjaannya. Pelatihan terkait dengan keterampilan dan kemampuan yang diberikan untuk pekerjaan yang sedang atau akan dilakukan. Pelatihan yang diberikan oleh agensi (ada yang melalui *team leader*) membantu SPG dalam menguasai pekerjaannya. Pelatihan yang diberikan oleh para agensi juga membuat para SPG mempunyai nilai lebih yang dapat meningkatkan nilai jualnya dalam mempromosikan produk atau keterampilan para SPG dalam bekerja.

Selain proses peningkatan karir yang dilakukan oleh agensi, sistem kerja agensi juga dalam merekrut dan menyeleksi para calon SPG yang dipandang sesuai dan memenuhi kriteria yang diterapkan oleh suatu perusahaan yang menggunakan jasa agensi. Proses rekrutmen menjadi salah satu sistem kerja

---

<sup>40</sup> *Ibid.*,

<sup>41</sup> *Ibid.*, hlm. 67.

agensi yang dilaksanakan dalam menyeleksi calon SPG yang sesuai dengan kriteria. Menurut Singodimedjo dalam Edy Sutrisno, rekrutmen merupakan proses mencari, menemukan dan menarik para pelamar untuk diperkerjakan dalam suatu organisasi.<sup>42</sup> Jadi rekrutmen merupakan proses pencarian SPG dan calon SPG baru untuk bekerja di dalam suatu perusahaan maupun organisasi.

Proses rekrutmen ini berdasarkan pada perencanaan sumber daya manusia karena dalam rencana tersebut telah ditetapkan berbagai persyaratan yang harus dipenuhi oleh orang-orang yang ingin bekerja pada perusahaan atau organisasi yang bersangkutan. Adapun proses rekrutmen itu sendiri terdiri dari beberapa tahap yang diantaranya adalah:

### **Skema 2.2 Pola Perekrutan SPG**



Sumber: Hasil Olah Penulis, 2015

Proses rekrutmen dimulai dengan pemasangan iklan lowongan kerja pada media sosial maupun melalui media cetak, semakin dikenalnya suatu agensi maka semakin cepat para calon SPG melamar, lamaran yang diberikan pada awalnya para agensi meminta foto dari para calon SPG tersebut, jika memang sesuai oleh kriteria yang diinginkan barulah para calon SPG mengirimkan surat lamaran serta CV kerja.

---

<sup>42</sup> *Ibid.*,

Setelah melalui tahapan pemasangan iklan, tahapan selanjutnya adalah penerimaan surat lamaran dan seleksi, pada tahapan ini para agensi memilih lagi melalui isi dari surat lamaran dan cv mereka serta latar belakang mereka, dan pengalaman bekerja mereka sebagai SPG, setelah dirasa cocok barulah mereka memberikan jadwal interview kepada calon SPG yang bersangkutan.

Pada tahapan ini para agensi memberikan jadwal interview kepada calon SPG pada tempat dan waktu yang telah dijanjikan, adapaun proses interview ini bertujuan untuk lebih mengenal para calon SPG dari cara berbicara mereka, dan bagaimana para agensi melihat latar belakang mereka secara langsung melalui interview tatap muka

Pada tahap ini para agensi telah menerima dan telah mendapatkan calon SPG yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh perusahaan atau organisasi yang bersangkutan, pada tahap ini para agensi menjelaskan produk yang akan diperkenalkan/dipromosikan nantinya, dan pada tahap ini juga dijelaskan bagaimana *jobdesk* serta waktu kerja yang diberikan kepada calon SPG tersebut.<sup>43</sup>

Pada proses rekrutmen ini para SPG haruslah memenuhi kriteria yang sudah diterapkan pada lowongan tersebut salah satunya adalah berpenampilan menarik. Jika seorang SPG tidak bisa memenuhi permintaan yang sudah tertera dalam lowongan tersebut maka akan dianggap gagal dalam tahap seleksi SPG.

---

<sup>43</sup> Hasil wawancara dengan agensi pada 17 April 2015 pukul 15.00 sampai dengan 17.00

Proses panjang ini memang harus dilakukan oleh para agens demi mendapatkan SPG yang professional untuk para perusahaan yang menggunakan jasa SPG, hal itulah yang menjadi salah satu keuntungan menggunakan jasa agensi bagi para perusahaan.

### **2.3.2. Sistem Kerja SPG**

Kinerja seorang SPG dalam menyalurkan suatu produk menjadi suatu ujung tombak dan kunci sukses suatu perusahaan dalam memperkenalkan dan menjual suatu produk mereka seperti saat ini SPG sudah menjadi sebuah standar untuk memasarkan produk dari sebuah merek agar lebih dikenal masyarakat.<sup>44</sup> Bagi perusahaan yang berkembang peran SPG sangatlah penting untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran bagi produk perusahaan berkembang. Keuntungan lainnya dari jasa SPG ini adalah bertambahnya konsumen baru, para konsumen akan barang yang ditawarkan, dan ditambah dengan SPG yang juga akan meyakinkan para konsumen bahwa produk yang dijual berkualitas baik.

Selintas bekerja sebagai SPG terlihat mudah, orang awam yang melihat SPG hanya bermodalkan tubuh dan paras yang cantik yang menarik mata para pengunjung dan pelanggan, namun butuh kemampuan serta kesabaran dalam menjalani profesi sebagai SPG. Kemampuan berkomunikasi dan penguasaan produk menjadi hal mutlak yang harus dimiliki para SPG. Para SPG harus

---

<sup>44</sup> Spgevent78, "Membangun Karier sebagai SPG" (<http://www.spgmodel.com>, diakses pada tanggal 12 Mei 2015 pukul 22.00).

mampu menjelaskan produk dari merek yang ditawarkannya, dan berusaha meyakinkan para calon pembeli untuk mengetahui fungsi dari produk yang ditawarkan meskipun pada akhirnya konsumen tidak membeli produk yang ditawarkan setidaknya para konsumen mengetahui produk dari merek tersebut, jadi jika suatu saat konsumen membutuhkannya, maka merek dari produk yang ditawarkan SPG itulah yang akan dicari konsumen bukan merek jenis lain. Maka dari itu sebagai seorang SPG mereka diwajibkan .

Menjadi seorang SPG memiliki sistem kerja yang telah ditetapkan oleh para agensi tempat mereka bernaung, setelah mereka lolos seleksi yang ditetapkan, waktu bekerja mereka pun ditentukan oleh agensi yang biasanya berkisar pada 5-8 jam per *shift*. Pembagian tugas juga yang akan menentukan *jobdesk* atau jenis pekerjaan apa yang akan dilakukan SPG tersebut ditentukan oleh agensi. Kontrak yang ditawarkan untuk pekerjaan SPG beragam, ada yang harian, mingguan, dan bahkan ada yang bulanan oleh karena itu penghasilan dari SPG beragam pula. Bagi SPG yang mempromosikan produk yang tidak memerlukan keterampilan khusus, seperti komputer, *smartphone*, perbankan dan lain-lain, honorinya tidak terlalu tinggi, namun jika seorang SPG mempunyai kemampuan *skill* dan lebih lagi memiliki kemampuan berbahasa asing lebih dari 1 bahasa SPG tersebut mendapatkan nilai plus.

*“Biasanya sih gue cuma broadcast lewat BBM aja, itu pasti banyak yang minat, meskipun fee nya ga terlalu besar tapi banyak kok yang mau, biasanya mereka udah tahu siapa gue”<sup>45</sup>*

---

<sup>45</sup> Hasil wawancara dengan agensi pada 17 April 2015 pada pukul 15.00 sampai dengan 17.00

Dalam perekrutannya, menjadi SPG harus memiliki penampilan menarik, cantik, bertubuh proporsional, berkomunikasi dengan baik, dan saat ini perekrutan SPG tidaklah sulit, apalagi jika perusahaan tersebut menjalin kontrak dengan agensi yang memiliki team leader yang “gaul”, dan banyak kenalan. Adanya relasi yang terjalin di media sosial membuat perekrutan semakin mudah, seperti yang diutarakan oleh agensi saat wawancara, popularitas sangatlah penting, karena melalui popularitas kemudahan dalam perekrutan SPG akan lebih mudah.

## **2.4 Profesi yang Berkaitan dengan SPG**

Disini penulis mencoba memaparkan beberapa profesi yang berkaitan dengan SPG, diantaranya adalah:

### **2.4.1. Usher**

*Usher* ialah orang yang bertugas mengarahkan para tamu yang ada di suatu *event/acara* (musik, kebaktian, otomotif, dll) ke tempat dimana seharusnya mereka duduk sesuai dengan kelas, tiket atau golongan para tamu sesuai dengan *site plan* yang ada pada *venue* acara. *Usher* dalam acara juga berfungsi sebagai pejemput tamu, penyambut tamu, dan mengarahkan tamu-tamu penting yang ada di suatu acara. Tugas terpenting dari *usher* adalah meriahkan acara, atau ada juga yang bilang *usher* sebagai pemanis acara.

Profesi sebagai *usher* memang terlihat tidak begitu sesulit dibandingkan dengan SPG yang harus menjual produk, ada juga yang menjual produk namun

hanya *soft selling* saja, dan para *usher* harus berpenampilan menarik demi menarik minat dari calon pembeli, namun dibutuhkan kesabaran dan emosi yang stabil mengingat pekerjaan sebagai *usher* ia harus berhadapan langsung dengan berbagai macam watak dan kelakuan, yang jumlahnya terkadang tidak hanya beberapa orang, melainkan bisa berupa massa.

**Gambar 2.1**  
*Usher*



Sumber: Agensi, 2015

#### **2.4.2. Sales Promotion Boy**

Sama halnya dengan SPG, SPB atau *sales promotion boy* juga merupakan media promosi suatu perusahaan atau merek yang ingin mempromosikan produk mereka, SPB juga melakukan penjualan produk, menawarkan merek, dan mempunyai tugas yang sama dengan SPG, yang membedakan SPG dan SPB saat bekerja sebagai *sales promotion* ialah pada cara dan penampilan mereka, jika SPG lebih pada berpenampilan sexy, dan sedikit menggoda dalam menawarkan produk mereka, sedangkan jika dari SPB

penampilan mereka cenderung menggunakan pakaian rapi, dan kebanyakan memakai kaus yang terdapat merek dari produk yang mereka jual.

*Sales promotion boy* lebih mengandalkan percaya diri, pemikiran cerdas dan berani mengambil resiko dalam menjual produk mereka demi tercapainya target yang telah ditetapkan, namun memang target yang ditetapkan biasanya lebih sedikit dibandingkan dengan SPG, dan juga biasanya bayaran dari SPB tidak lebih besar dari SPG meskipun pekerjaan mereka kurang lebih sama.

#### **2.4.3. Team Leader**

Di dalam sebuah *event* atau acara yang diselenggarakan, memang biasanya kita akan menyaksikan para SPG dan SPB yang giat bekerja memperkenalkan, menawarkan dan menjual produk yang sedang dipromosikan. Dibalik kesibukan mereka terdapat satu orang yang mengatur, memutuskan yang terbaik dan menetapkan target yang ditetapkan ke timnya, orang tersebut biasa disebut dengan *team leader* (TL).

TL bertanggung jawab atas baik dan buruknya pelaksanaan *event* yang berlangsung, mengejar target yang telah ditetapkan oleh perusahaan, memberikan motivasi kepada timnya, membuat laporan penjualan yang nantinya akan diserahkan keada perusahaan. SPG, SPB, dan *usher* harus mengikuti komando dari *team leader* demi tercapainya target yang telah ditetapkan.



**Gambar 2.2**  
***Team Leader***



Sumber: Agensi, 2015

#### **2.4.4 Agensi**

Agensi merupakan profesi dimana mereka yang menyalurkan dan mencari talen-talen atau calon SPG, SPB, *usher* yang nantinya akan disalurkan secara cepat pada perusahaan atau yang nantinya akan diperkerjakan pada suatu *event* yang akan diadakan. Agensi merupakan solusi terbaik untuk perusahaan yang memang mencari SPG, SPB, *usher*, dll dalam waktu cepat, keuntungan yang didapat dari menggunakan jasa agensi terbilang cukup baik dibandingkan perusahaan itu harus mencari sendiri SPG, SPB, dan *usher*, keuntungan menggunakan agensi selain menghemat waktu, SPG dan SPB dll yang ada dalam agensi biasanya ada yang sudah terikat kontrak jadi mereka selalu ada stok SPG dan SPB untuk disalurkan.

Semakin meningkatnya penawaran dari para klien untuk meminta lebih dari para SPG inilah yang menjadi alasan akhir-akhir ini agensi ini juga yang menyalurkan SPG BO yang akan penulis jelaskan di bab selanjutnya.

#### 2.4.5. LC

*Ladies companion Ladies escort*, atau ada juga yang bilang dengan sebutan *Ladies karaoke atau koro-koro* atau biasa disebut LC merupakan profesi dimana para wanita yang berada pada tempat-tempat karaoke, tugas mereka diantara lain adalah menemani tamu-tamu yang datang dan menyuguhkan minuman kepada tamu mereka, dan yang pasti, menyanyi bersama tamu. Biasanya LC ini berada pada satu agensi yang sama dengan agensi yang menangani atau yang menyalurkan SPG, SPB, *usher*, dll, maka dari itu tidak menutup kemungkinan ada banyak SPG yang bisa juga bekerja sebagai LC. LC dikelompokkan dalam beberapa kategori, diantaranya:

- Kategori 1: LC yang menjalankan tugasnya sesuai dengan peraturan yang ada, yang artinya mereka hanya menemani bernyanyi dan hanya minum-minum saja, selain itu mereka tidak bisa memberikan ekstra pelayanan yang lain.
- Kategori 2: LC dengan label “rada-rada” LC macam ini selain menemani ngobrol dan minum-minum, mereka juga tidak menolak untuk dipegang-pegang atau diraba-raba namun mereka jarang sekali ada yang mau sampai ketahap yang ketinggian bersetubuh
- Kategori 3: LC party, LC kategori ini biasanya selain menemani para tamu untuk bernyanyi dan minum-minum mereka juga memberikan

pelayanan yang diminta oleh tamu yang memBOnya, dari mulai berjoget ria, sampai *sex service*.

Hasil penelitian yang didapatkan oleh penulis melalui wawancara sekunder dari agensi menunjukkan kategorisasi ini menunjukkan tingkat stratifikasi di dalam profesi LC. Karena ada beberapa macam kategori dan segi pelayanan yang berbeda, jelas harga-harga yang ditetapkan pada tiap kategori berbeda juga, dan biasanya transaksi mereka berupa voucher yang harus diebeli oleh para tamu, dari mulai 1 voucher yang bernilai 350-500 ribu, dan jika para tamu ingin LC party mereka harus membeli voucher minimal 3-5 voucher (diluar tip, minuman, sewa kamar karaoke, biaya agensi, dll).

## **2.5 Booking Out**

*Booking out* atau *sales promotion girl booking out* adalah jenis profesi sampingan yang dimana para SPG yang bisa di *booking* atau diajak keluar/jalan oleh para klien ke hotel, bar, atau menemani klien berpesta, namun memang biasanya memang mereka memboking para SPG BO ke hotel. Biasanya mereka bisa di BO seusai *event* selesai, mereka bertransaksi bisa melalui agensi atau saat mereka menjadi SPG, bayaran SPG BO jauh lebih besar dibandingkan dengan SPG biasa yang hanya menjual produk saja, kisaran harga SPG BO untuk *short time* (maksimal 1 jam), bisa mencapai kisaran 1-5 juta rupiah, dan bahkan bisa sampai puluhan juta rupiah tergantung klien yang memboking nya. SPG BO biasa kita lihat jika berada pada pameran otomotif atau pada *event-event* rokok dan *gadget*, namun tidak

menutup kemungkinan juga SPG BO ada dalam *event-event* lain, apalagi jika SPG BO tersebut bernaung pada suatu agensi yang memang dapat menyalurkan SPG BO, para klien hanya tinggal menghubungi agensinya saja untuk dapat membooking SPG yang diinginkan oleh para klien.

Tidak semua SPG dapat di BO, ada ciri-ciri yang membedakannya bagi SPG yang bisa di BO dan yang tidak bisa, antara lain adalah:

- **Berpenampilan Sexy dan Glamour**

Mungkin ini menjadi ciri yang kasat mata dapat terlihat jika SPG itu bisa di BO, penampilan SPG tersebut sesuai *event* yang kerap berpenampilan menggoda, *glamour* dan *sexy* menjadi ciri yang mudah dikenali, memang tidak semua yang berpenampilan seksi dan menggoda dapat dikatakan langsung dapat di BO, namun mereka yang bisa di BO berpenampilan seperti itu dengan maksud agar klien dapat terpicat oleh dirinya, dan menurut wawancara penulis penampilan *glamour* selalu penting untuk mempertahankan gengsinya terhadap teman-teman SPG tersebut.

- **Mudah Memberi Nomor HP atau PIN BB**

Bila klien meminta nomor HP atau PIN BB, ia akan memberikan dengan mudahnya, tanpa ada usaha untuk menolak dengan halus atau pura-pura menolak. Apalagi jika penampilan klien saat meminta nomor HP dan Pin BB sangat meyakinkan, dengan kunci mobil menggantung

di kantong celana, HP keluaran terbaru, baju, sabuk, sepatu bermerek, dan memberikan tip selebar uang Rp 100 ribu kepada SPG tersebut dengan alasan untuk beli pulsa.

- **Bersedia Nginap di Hotel Berbintang**

Bila klien mengajaknya tidur satu kamar di hotel, ia tidak keberatan, apalagi jika hotel tempat klien menginap adalah hotel bintang 3 ke atas. Biasanya agensi yang menentukan hotel yang akan ditempati oleh klien dan SPG BO, namun ada juga klien yang telah menetapkan lokasi dan hotelnya.

- **Mau Diajak Berhubungan Intim Jika Diberi Uang**

Bila klien mengajaknya bercinta ia tidak keberatan, dan memang ini menjadi tujuan utama para klien memboking para SPG, disamping tujuan yang lain seperti menemani pesta, atau menemani klien *meeting*, dan lain sebagainya. Tentu saja kebiasaannya para SPG BO setelah bercinta ialah menerima uang, padahal ia tak mengirimkan *invoice* tagihan. Jika tidak diberikan uang, ia akan meminta secara lisan. Jika setelah diminta, tetap tak diberikan uang, ia akan melapor ke kantor polisi mengaku telah terjadi pemerkosaan, namun biasanya SPG BO ini menerima uang terlebih dahulu sebelum bisa berhubungan intim, klien biasanya harus sudah menyelesaikan pembayaran di muka sebelum bisa membawa pergi SPG BO tersebut, dan SPG BO yang sudah professional

tidak mau menerima DP atau pembayaran awal, mereka hanya mau diajak pergi jika pembayaran sudah lunas.

- **Pura-pura Tidak Tahu Tujuan**

Kebanyakan SPG BO yang bisa diajak berkencan ini, biasanya ketika si pria iseng-iseng mengajaknya untuk keluar makan, dia lebih berpura-pura untuk tidak tahu tujuan dengan mengatakan. “emang mau makan dimana. trus abis itu mau ngapain?” Pertanyaan ini biasanya yang memperlihatkan dia sedikit agresif.<sup>46</sup> Fenomena *booking out* ini tidak terjadi begitu saja, ada faktor yang mendukung fenomena ini dapat terjadi

## 2.6 Motif Sales Promotion Girl terjun ke dalam bisnis *Booking Out*

Setiap individu pada awalnya tidaklah terfikirkan untuk mendapatkan pekerjaan yang ada di luar dari norma-norma agama atau nilai yang berlaku di masyarakat saat ini, namun mereka mempunyai alasan dan motif yang melatar belakangi dirinya untuk memilih masuk ke dalam jaringan prostitusi sebagai profesinya. Memang terdapat perbedaan motif yang ada pada individu dalam memutuskan terjun ke dalam profesi ini. Terdapat dua faktor yang menentukan dan mempengaruhi individu dalam mendalami profesi ini, yang pertama adalah dari faktor internal individu itu sendiri yang menentukan dirinya masuk ke dalam profesi tersebut, faktor internalnya itu antara lain adalah:

---

<sup>46</sup> Hasil wawancara dengan agensi pada 17 April 2015 pukul 15.00 sampai dengan 17.00

- Adanya perasaan kesepian

Kurangnya penghargaan terhadap diri sendiri bisa menjadi salah satu faktor SPG menjadi SPG BO. Individu tersebut merasa dirinya lebih dihargai dan mendapatkan hiburan yang tidak ia dapatkan dilingkungan atau dirumahnya sehingga melakukan aktivitas SPG BO dijadikannya cara untuk menutupi kesepian yang ia alami.

- Rasa penasaran

Rasa penasaran yang timbul bisa menjadi salah satu faktor yang membuat SPG menjadi SPG BO. Berbekal rasa ingin tau yang tinggi, bagaimana rasanya, bagaimana penghasilannya, bagaimana bekerjanya, semakin tingginya rasa penasaran tersebut ditambah lagi individu tersebut berada di dalam lingkungan yang mendukung individu tersebut terjun ke dalam dunia prostitusi terselubung tersebut. Maka rasa penasaran tersebut mendorong individu tersebut untuk jauh lagi melakukan berbagai percobaan sesuai dengan apa yang individu itu harapkan.

- Sifat malas

Faktor sifat yang malas menjadi salah satu faktor yang menyebabkan seseorang menjadi SPG BO. Keinginan untuk mendapatkan uang yang banyak dengan cara instan dan tanpa harus bekerja keras menjadi salah satu motif seorang SPG mau terjun kedalam SPG BO.

Kedua adalah faktor eksternal yang membuat individu tersebut memutuskan masuk ke dalam jaringan prostitusi dalam SPG ini.

Faktor eksternalnya antara lain:

- Kemiskinan/Ekonomi

Kemiskinan merupakan salah satu faktor pendorong yang membuat seseorang mengambil keputusan dengan berbagai cara agar dirinya bisa terlepas dari jeratan kemiskinan, tidak peduli cara yang dipakai tersebut sesuai dengan nilai dan norma atau hukum yang berlaku di masyarakat ataupun tidak. Kemiskinan membuat seseorang mau menerima profesi sebagai SPG BO yang memang menawarkan bayaran yang besar.

- Gaya hidup

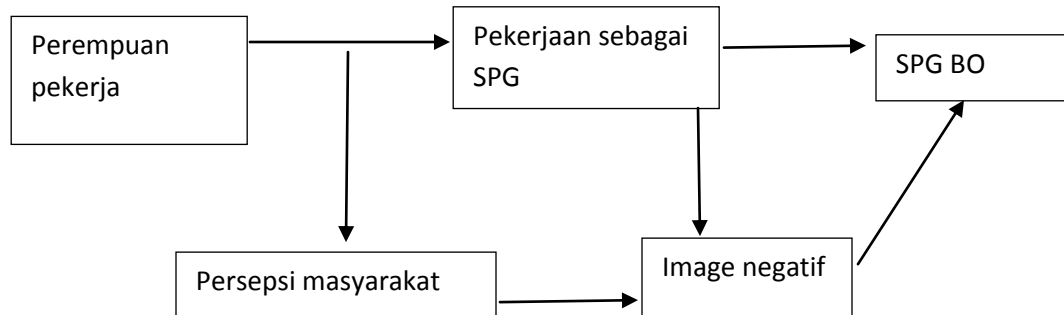
Gaya hidup tak bisa dipungkiri lagi menjadi salah satu penyebab dan faktor atau motif seorang SPG mau menjadi SPG BO. Menurut informan perkembangan gaya hidup yang semakin meningkat dan berubah-ubah membutuhkan modal yang tidak sedikit untuk dapat memenuhinya gaya hidupnya tersebut. Individu tersebut tergiur dengan bayaran SPG BO yang tidak memerlukan kerja keras namun penghasilannya terbilang besar bahkan bisa menyamai manajer suatu perusahaan, bermodalkan tubuh untuk bekerja beserta rayuan-rayuan palsu untuk menggoda para konsumen mereka mendapatkan imbalan yang dapat memenuhi kebutuhan materi mereka dalam memenuhi



kebutuhan gaya hidup sesuai dengan keinginannya. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu informan:

“gue sih ga munafik orangnya, ya kalo emang gue pengen barang ini barang itu ya gue bilang gue mau dan gue bakalan dapetin itu barang, biarin aja gue nemenin cukong yang penting berduit, he...he..he”<sup>47</sup>

**Skema 2.3**  
**Kemunculan SPG BO**



Sumber: Hasil Olah Penulis, 2015

Dari penjelasan di atas dapat ditarik sebuah skema bahwa perempuan pekerja yang bekerja sebagai SPG adalah perempuan biasa yang terlihat *glamour* pada saat berprofesi sebagai SPG. Menjadi perempuan biasa dalam kesehariannya, namun memang ada SPG yang mencampurkan profesi SPG nya ini dalam kehidupan sehari-hari seperti berdandan *glamour* pada kesehariannya, masyarakat yang melihat hal yang demikian lantas membuat persepsi masyarakat dan memberikan citra yang negatif kepada perempuan pekerja SPG, karena masyarakat beranggapan bahwa pekerjaan sebagai SPG adalah pekerjaan yang menjual diri saja melalui lekuk tubuh dan godaan-godaan agar produk mereka terjual. Pandangan negatif yang telah

<sup>47</sup> Hasil wawancara dengan informan F pada 17 April 2015 pukul 15.00 sampai dengan 17.00

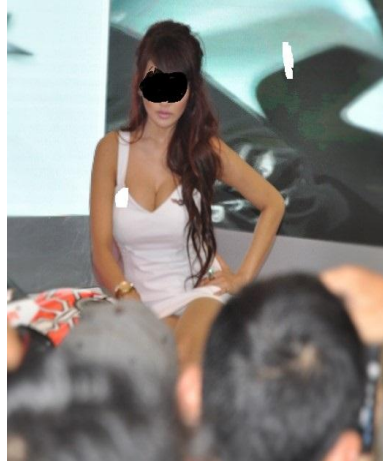
melekat tersebut lantas diberikan kepada seluruh pekerja SPG yang sebenarnya tidak semua SPG demikian.

Namun memang ada varian lain dari SPG yang memang menambah kuat persepsi masyarakat tersebut. *Booking out* atau perempuan bokingan adalah istilah yang digunakan untuk para SPG yang memang mau dan menyediakan dirinya untuk di boking atau sekedar menemani para lelaki yang membayar lebih untuk dirinya setelah acara SPG selesai. Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi dirinya terjun kedalam profesi ini, dengan tidak lagi mengiraukan persepsi masyarakat akan dirinya, membuat masyarakat memberikan pandangan negatif tersebut kepada semua pekerja SPG yang sampai dengan saat ini masih melekat.

## **2.7 Data Informan**

Ada beberapa SPG BO yang bersedia menjadi informan dalam penelitian ini. Mereka telah diseleksi berdasarkan kriteria untuk dijadikan informan. Dari wawancara yang dilakukan oleh penulis, pada 14 April 2015, penulis mewawancarai 3 informan dan satu pakar SPG yang bersedia untuk diwawancarai. Informan tersebut berinisial NT, F dan CC.

**Gambar 2.3**  
**SPG Event Otomotif**



Sumber: Agensi. 2015

Informan pertama berinisial NT, NT adalah salah satu SPG reguler di salah satu perusahaan otomotif berperawakan cukup tinggi 177 cm dan berat badan 58 kg, penulis dipertemukan dengan NT oleh agensi untuk dijadikan sebagai informan karena sesuai dengan kriteria dalam memenuhi data penelitian. Bentuk tubuh NT merupakan bentuk tubuh yang proporsional untuk ukuran sebagai SPG, bahkan bisa dibbilang proporsional untuk menjadi seorang model, ditambah kulit yang putih langsung memang lebih dari cukup bagi para pria untuk bisa sekedar melirik ke parasnya, dengan proporsi yang demikian tidaklah sulit baginya melamar pekerjaan sebagai seorang SPG. Perawakan NT yang terkesan jutek hilang sudah saat wawancara berlangsung, ramah tamah serta kecakapan dalam menjawab pertanyaan membuat suasana berjalan lebih santai.

NT mulai merambah pekerjaan sebagai SPG pada tahun 2008 tepat ketika ia lulus dari sekolah menengah atas. Ia merupakan anak tunggal. NT mengaku bahwa

awalnya ia bekerja sebagai SPG *event* saja pada suatu acara tertentu, seperti pada acara otomotif atau pameran-pameran elektronik, dan diakuinya bekerja sebagai SPG hanya dijadikan sebagai penambah uang saku saja. Pekerjaan sebagai SPG ia geluti selama beberapa tahun lamanya, berawal dari SPG ini pula ia mengenal profesi BO. Perempuan yang pernah kuliah di salah satu perguruan tinggi swasta terkenal di Jakarta ini awalnya ia terjun kedalam SPG BO karena ia penasaran dan heran dengan rekan-rekan seprofesinya yang dapat membeli barang-barang mewah dengan penghasilan SPG yang menurutnya menjadi sesuatu yang tidak mungkin hanya dengan penghasilan sebagai SPG mereka dapat membeli barang mewah tersebut, barang mewah yang dimaksud adalah mobil dan tas-tas *branded* yang harganya mencapai puluhan bahkan ratusan juta.

Perkenalan dirinya dengan profesi SPG BO diakuinya didapat dari teman satu pekerjaannya saat dirinya menjadi salah satu anggota di *event* otomotif, berawal dari temannya tersebut ia lalu diperkenalkan oleh agensi yang memang menaungi profesi sebagai BO. Setelah awalnya ragu untuk menerima profesi tersebut karena adanya dampak negatif yang akan diterimanya, akhirnya ia mau masuk kedalam profesi tersebut. Awalnya ia meminta agensi tersebut untuk mencarikan klien, setelah didapat ia pun langsung menuju ke tempat yang telah dijanjikan dengan bayaran awal yang ia terima berkisar 4 juta rupiah untuk *short time* atau terbatas waktu maksimal 1 jam. Mendapatkan penghasilan yang besar membuatnya semakin rajin meminta klien kepada agensi untuk dirinya, karena menurutnya pekerjaan tersebut mudah dan tidak

memakan banyak waktu serta menghasilkan banyak uang yang ia bisa gunakan untuk memenuhi hasrat dirinya dalam pemenuhan gaya hidupnya. Setelah ia terjun ke dalam profesi ini menurutnya terdapat pula pengalaman pahit yang ia rasakan, muncul rasa bersalah yang dalam dirinya, apalagi dirinya pernah mengalami pengalaman pahit karena pernah dilabrak/ketahuan oleh istri kliennya, namun menurutnya hal semacam itu adalah hal yang wajar dan memang harus dipersiapkan bagaimana cara menghadapi saat seperti itu. Motif yang melatar belakangi informan ini merupakan rasa ingin tahu dan penasaran ditambah dengan gaya hidup masyarakat perkotaan yang tinggi untuk menjadi seorang sosialita menjadi alasan mengapa NT mau dan masih tetap bergelut dengan profesi ini.

**Gambar 2.4**  
**SPG dalam Suatu *Event* Otomotif**



Sumber: Agensi, 2015

Informan yang kedua berinisial CC, yang berusia 26 tahun. Penampilannya yang memang campuran oriental, berkulit putih bersih dan berambut lurus berwarna hitam, namun memang dirinya tidak disempurnakan dengan tinggi yang bak model,

namun dengan tinggi 160cm dan berat 50 kg dirasa cukup pas dengan bentuk lekuk tubuh yang bagus untuk menjadi seorang SPG. Awalnya ia mengetahui pekerjaan SPG dari temannya, ia bekerja sebagai SPG sejak tahun 2010 alasan utama dirinya mau menjadi SPG adalah untuk mencukupi dan membiayai kehidupan dan tempat tinggal selama ia berada di ibukota, karena dirinya memang pergi merantau ke ibukota demi memperbaiki kehidupan. Awal menjadi SPG ia hanya dibayar sebesar Rp. 150.000 per *shift* atau per hari pada suatu *event gadget* di bilangan senayan. Penghasilan yang demikian pada awalnya dirasa cukup, namun akibat kebutuhan yang semakin meningkat dirinya mencari cara lain agar bisa mendapatkan uang.

Perempuan yang terlihat tanpa basa-basi ini terlihat tanpa banyak obrol, namun jika melihat dirinya terlihat ayu dan ramah. Ia mengaku bahwa dirinya memang sudah tau ada profesi BO ini sebelum ia menerima pekerjaan sebagai SPG, namun pada saat itu ia masih belum memikirkan untuk masuk ke dalam profesi tersebut dikarenakan oleh perasaan takut oleh orang tua jika nantinya akan ketahua, namun ia mengaku mulai terjun pada bisnis SPG BO akibat kebutuhan biaya hidupnya yang semakin meningkat, karena memang ia merantau dijakarta, dan harus dibebani dengan biaya kost, uang makan, dan lain-lain. Mendengar bayaran dari SPG BO yang berlipat-lipat dari bayaran SPG membuatnya akhirnya mau untuk terjun kedalam profesi SPG BO tersebut, namun diakuinya sampai sekarang dirinya masih merasa jijik dengan profesinya tersebut ditambah dengan dirinya yang memang menjadi salah satu andalan dan tulang punggung keluarganya, ia merasa malu harus

menfkahi keluarganya dengan uang hasil BO namun hal himpitan ekonomi yang membuat dirinya mau tidak mau harus mencari keuangan lebih. Melalui agensi dirinya diperkenalkan oleh pekerjaan sebagai BO ini. Iming-iming bayaran yang akan diterima dirinya yang besar membuatnya luluh untuk dapat masuk kedalam profesi ini, bayaran awal yang ia terima untuk SPG BO ia terima sekitar 2 juta rupiah untuk jangka waktu satu jam, namun diakunya bahwa jika nantinya dirinya mendapatkan pekerjaan yang lebih baik penghasilannya ia akan berhenti menjadi SPG BO.

“Yah mas kalo bukan karna duit juga aku masih mikir panjang buat kerja ginian mas, aku sih sekarang ga peduli dengan masyarakat tentang pekerjaanaku gini. Ya namanya juga usaha buat makan, aku juga jadi andelan buat keluarga aku mas, jadi kalo aku ga ada duit, nanti keluarga aku gimana di kampung”<sup>48</sup>

Dari pernyataan dan pengakuan yang diutarakan oleh informan melalui wawancara dapat diketahui bahwa adanya faktor ekonomi yang melatarbelakangi informan CC terjun kedalam profesi sebagai SPG BO, desakan ekonomi dan ditambah adanya desakan dirinya yang menjadi tulang punggung keluarga membuatnya terpaksa menjalani profesi demikian meskipun diakuinya merasa akan rasa jijik dengan profesinya tersebut. Bukan gaya hidup yang membuat dirinya mau terjun kedalam profesi tersebut, diakunya juga bahwa ia terpaksa menjalankan profesi ini demi menyambung hidupnya, dan jika nantinya dirinya mendapatkan profesi yang lebih baik ia akan berhenti menjadi SPG BO.

---

<sup>48</sup> Hasil wawancara dengan CC pada 17 April 2015 pukul 15.00-17.00

**Gambar 2.5**  
**SPG dalam suatu *Event* Otomotif**



Sumber: Agensi, 2015

Informan yang ketiga adalah F. F merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, memiliki paras yang lumayan cantik dengan bentuk wajah yang oval, berambut yang dicat coklat, dan bertubuhkan proporsional 170 cm, 60 kg, serta ditambah oleh adanya lesung pipit yang membuat wajahnya menjadi lebih manis cukup untuk para pria tidak mengedipkan mata padanya. Ia menjadi SPG sudah lumayan lama, sekitar 4 tahunan, pada awalnya ia bekerja di perkantoran daerah sudirman, Jakarta pusat, namun ia *resign* karena tidak cocok dengan dirinya yang menurutnya membosankan dengan bekerja hanya di balik meja saja, dan tidak puas dengan gaji yang ia terima di tempat kerja, ia mengaku mengenal dunia SPG dari teman dekatnya yang selalu bercerita tentang menyenangkanya bekerja sebagai SPG, awalnya pula ia menjalani profesi sebagai SPG dengan alasan coba-coba, pekerjaan SPG pertama yang ia jalani ialah sebagai SPG rokok terkenal di Indonesia.



Setelah dirasa profesi sebagai SPG menurutnya menarik karena pekerjaannya yang tidak begitu sulit dan terus bertemu dengan orang-orang membuatnya tetap menjalankan profesi sebagai SPG. Perkenalan dirinya dengan profesi BO diawali dari temannya yang memperkenalkan dirinya dengan agensi yang memang sedang mencari SPG yang sesuai dengan kriteria klien, dilihat dari cirinya memang F sesuai dengan apa yang diminta oleh klien, itu merupakan profesi pertama dirinya sebagai SPG BO dengan bayaran mencapai 4 juta rupiah, Hal yang membuatnya tertarik ke dunia SPG BO memang bayaran yang tinggi yang menjadikan dirinya dapat memenuhi gaya hidupnya yang menjadi hal utama ia terjun ke dalam SPG BO, dan diakuinya dirinya ingin mencoba hal yang lebih jauh dan menjalani kehidupan yang serba bebas. Dalam hal penampilan pekerjaan, F sangat ingin terlihat sempurna, itu terlihat ketika ia mendapatkan baju dari agensi atau perusahaan yang mengontraknya, ia selalu merombak bajunya sesuai dengan bentuk lekuk tubuh yang ia miliki, hal tersebut juga diakui menjadi salah satu pendorong minat orang lain yang ingin membokinya.

“gue ga bisa, dan ga biasa kalo make baju yang aga longgar, aga risih gimanaaaa gitu, apalagi kalo alat make up gue, kayak eyeshadow gue ketinggalan, gue lebih baik beli yang baru daripada ga pake make up, ha..ha..ha..<sup>49</sup>”

Motif yang melatar belakangi informan F mau terjun kedalam profesi ini tidak lain adalah adanya motif gaya hidup yang mengharuskan dirinya mempunyai modal lebih agar dapat memenuhi kebutuhan gaya hidupnya, keinginan dirinya yang ingin

---

<sup>49</sup>Hasil wawancara dengan informan F pada 17 April 2015 pukul 15.00-17.00

hidup bebas juga menjadi tantangan tersendiri bagi dirinya memilih profesi SPG BO tersebut.

## **2.8 Penutup**

Kesimpulan yang dapat ditarik pada bab ini adalah, profesi sebagai SPG memang menjadi sebuah pekerjaan yang menarik minat para kaum hawa, dengan bayaran yang terbilang lumayan tinggi dan pekerjaan yang tidaklah begitu sulit untuk dikerjakan menjadi salah satu alasan seseorang mau menjadi SPG. Kebutuhan perusahaan akan SPG juga terbilang tinggi karena perusahaan tersebut membutuhkan sarana pengenalan produk baru mereka secara langsung dan juga untuk menekan biaya yang lebih rendah jika dibandingkan dengan menggunakan jasa iklan, itulah kenapa sampai dengan saat ini profesi SPG akan selalu ada selama perusahaan perusahaan membuat produk baru dan memperkenalkan produknya tersebut.

Dari uraian diatas dapat terlihat adanya profesi lain di balik pekerjaan sebagai seorang SPG di negeri ini, meskipun tidak semua SPG bisa dikatakan dapat di *booking out*, namun sampai saat ini semakin banyak dan maraknya profesi sebagai SPG BO ini dengan latar belakang alasan yang berbeda. Pada bagian identitas informan, peneliti mengemukakan identitas yang terdiri dari inisial, tinggi, berat badan, serta hal yang melatar belakangi dirinya memasuki dunia SPG BO tersebut, dari uraian diatas peneliti juga mencoba menjelaskan secara umum tentang SPG dan profesi lain yang ada kaitannya dengan SPG baik dalam seprofesi, sampingan mereka jika tidak SPG, sampai agensi. Dan pada bagian akhir penulis mencoba menerangkan bagaimana relasi Antara klien, agensi, serta SPG BO tersebut.

## **BAB III**

### **PERAN SERTA RELASI SOSIAL ANTARA SALES PROMOTION GIRL, AGENSI SERTA KLIEN**

#### **3.1. Pengantar**

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan bagaimana deskripsi umum tentang SPG dan beberapa profesi yang berkaitan dengan SPG. Profesi sebagai SPG memang menjadi sebuah pekerjaan yang menarik minat kaum hawa karena upah yang tinggi serta tingkat kesulitan yang tidak begitu tinggi. Perusahaan dalam menjual produknya acapkali menggunakan SPG sebagai garda terdepan dalam penjualan. Beberapa perusahaan kemudian membuat aturan kepada para SPG untuk berpenampilan semenarik mungkin dengan pakaian-pakaian minim. Implikasinya dalam ranah sosial, profesi SPG memunculkan suatu masalah sosial baru dimana profesi ini terjerat Prostitusi terselubung. Faktor iming-iming mendapatkan uang yang lebih besar serta gaya hidup yang mewah di kalangan SPG menjadikan fenomena ini terus berkembang.

Bab ini secara spesifik mencoba memberikan gambaran bagaimana peran dan relasi yang terjalin antara SPG, agensi dengan klien atau perusahaan yang bersangkutan. Kemudian pembahasan mengenai bagaimana relasi tersebut dapat terjalin dan bertahan hingga sekarang. Relasi sosial merupakan hubungan antar

sesama yang merupakan hasil interaksi yang sistematis antara dua orang atau lebih, relasi sosial yang juga merupakan hubungan timbal balik antar individu yang lain dan saling mempengaruhi<sup>50</sup>. Suatu relasi sosial akan ada jika tiap-tiap individu dapat saling mempengaruhi, dan dikatakan sistematis karena terjadi secara berulang-ulang yang membentuk suatu pola yang sama.<sup>51</sup>

Bab ini dibagi menjadi tiga bagian. Pertama, pembahasan mengenai relasi yang terjalin antara agensi dengan SPG. Kedua, pembahasan akan dilanjutkan dengan relasi yang terjalin antara agensi dengan klien. Terakhir, akan dibahas mengenai pola rekrutmen SPG BO oleh agensi. Profesi sebagai SPG dan agensi yang memang dapat terlihat seperti tidak bisa dipisahkan, kedua profesi tersebut seakan saling membutuhkan satu sama lainnya, maka dari itu dari kedua profesi tersebut terbangunlah suatu relasi sosial yang dimana kedua belah profesi memiliki fungsi yang berbeda namun saling berkaitan diantara kedua profesi tersebut.

Manusia ditakdirkan sebagai makhluk pribadi sekaligus sebagai makhluk sosial. Sebagai makhluk pribadi manusia berusaha mencukupi semua kebutuhan untuk kelangsungan hidupnya. Dalam memenuhi kebutuhan untuk kelangsungan hidupnya manusia tidak mampu berusaha sendiri memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia memerlukan orang lain untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, itulah mengapa

---

<sup>50</sup> Hidayati, D.S, 2014, “*Peningkatan Relasi Sosial Melalui Social Skill Therapy pada penderita Schizophrenia Katatonil*”, Jurnal Online Psikologi, hlm 17

<sup>51</sup> *Ibid.*,

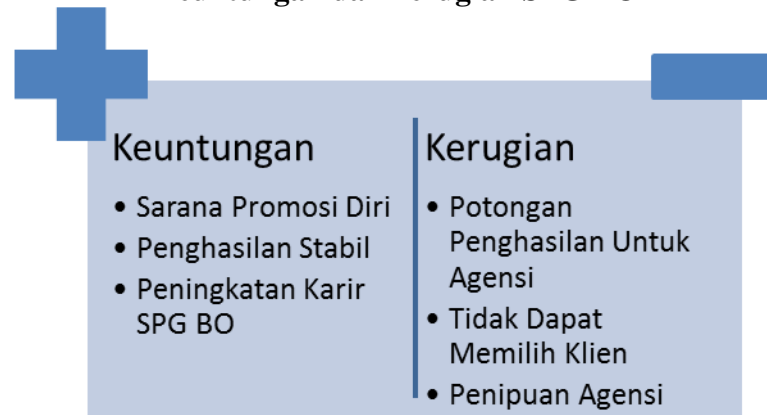
manusia membutuhkan adanya interaksi dan berelasi dengan orang lain sebagai makhluk sosial.

Profesi sebagai SPG dan agensi yang memang dapat terlihat seperti tidak bisa dipisahkan, kedua profesi tersebut seakan saling membutuhkan satu sama lainnya, maka dari itu dari kedua profesi tersebut terbangunlah suatu relasi sosial yang dimana kedua belah profesi memiliki fungsi yang berbeda namun saling berkaitan diantara kedua profesi tersebut.

### **3.2. Relasi yang Terjalin antara Agensi dengan SPG**

Profesi sebagai *sales promotion girl booking out* yang memang saat ini makin marak dapat terjadi akibat adanya relasi yang terjalin antara agensi dengan SPG tersebut, bentuk relasi yang terjalin diantara mereka dapat terjadi karena keuntungan kedua belah pihak yang saling membutuhkan satu sama lain. Sama halnya dengan agensi serta SPG yang memang diperkerjakan untuk suatu *event*, profesi SPG BO juga memerlukan agensi sebagai jembatan atau penghubung yang menghubungkan dan sebagai sarana mempromosikan dirinya kepada calon klien yang nantinya akan memboking dirinya, keuntungan dari SPG yang bernaung dengan suatu agensi digambarkan dalam skema sebagai berikut:

**Skema 3.1**  
**Keuntungan dan kerugian SPG BO**



Sumber: Hasil Olah Penulis, 2015

Agensi yang memang mempunyai banyak jaringan memang sangat efektif dalam mempromosikan SPG yang memang bernaung di dalam agensinya. Jaringan atau kedekatam yang terjalin dengan pemilik suatu perusahaan atau petinggi-petinggi suatu perusahaan memang menjadi keuntungan bagi SPG BO untuk mendapatkan klien yang memang jelas berada pada standar ekonomi yang menengah ke atas. Melalui agensi para SPG BO tersebut dapat memiliki besar kemungkinan mendapatkan bayaran yang besar dari klien yang memang memiliki perekonomian menengah keatas.

Menurut agensi yang menjadi informan penulis, banyak dari SPG yang tidak bernaung di dalam agensinya yang meminta kepada dirinya untuk mempromosikan SPG tersebut. Kebutuhan dan permintaan dari klien yang terus meningkat ditambah dengan bayaran yang diterima yang cukup besar (1-10 juta) membuat profesi SPG BO semakin dikenal dan agensi-agensi yang memang menangani SPG BO saat ini semakin dicari untuk mempromosikan dirinya, hal tersebut dianggap lumrah oleh

agensi, usia SPG yang memang menginginkan profesi tersebut juga terbilang masih usia remaja (17-20 tahun), jadi labilnya mental yang masih dirasakan oleh SPG yang menjadi calon BO tersebut menjadi salah satu alasan juga SPG tersebut mau menerima ajakan sebagai SPG BO, karena tergiur oleh bayaran yang berkali kali lipat tanpa berfikir panjang akan dampak dan resikonya.

Keuntungan lainnya yaitu SPG BO memberikan penghasilan yang stabil bagi mereka. Berbeda dengan penghasilan sebagai SPG *event* yang tidak menentu karena tidak semua *event* dapat menerima dirinya, dan penghasilan SPG BO yang tidak bernaung dengan agensi yang tidak menentu karena dengan tidak menggunakan agensi BO, para agensi tersebut tidaklah tahu bagaimana kondisi ekonomi calon klien SPG tersebut, maka dari itu penipuan besar kemungkinan dapat terjadi. Berbeda dengan SPG BO yang memang bernaung di dalam suatu agensi. Agensi yang memang menjadi jembatan penghubung antara SPG dengan klien memang menjadi pintu bagi klien jika memang ingin membooking seorang SPG, maksudnya calon klien yang memang ingin membooking SPG memang melalui agensi untuk membookingnya.

Keuntungan terakhir yang di dapat yaitu dapat meningkatkan karier SPG BO tersebut. Jaringan yang luas pada agensi dan dimana agensi tersebut juga tidak hanya menjadi agensi SPG namun menjadi agensi model suatu majalah, atau agensi untuk menjadi bintang televisi menjadi seorang model majalah atau menjadi artis merupakan suatu daya tarik tersendiri bagi SPG BO demi meningkatkan profesinya, tidak memperdulikan cara apa yang harus mereka lakukan, bernaung di bawah agensi

yang memang merangkap menjadi agendi model, atau agendi artis memang menjadi keuntungan tersendiri bagi SPG BO untuk meningkatkan karirnya, dan hal tersebut menjadi salah satu faktor pendorong SPG BO tersebut mau masuk kedalam suatu agensi tersebut.

Keuntungan yang didapat dari SPG BO memang menjadikan kedua profesi ini saling membutuhkan satu sama lain, namun memang ada juga kerugian yang didapat dari SPG BO yang bernaung di dalam suatu agensi, diantaranya adalah: Penghasilan menjadi SPG BO yang memang besar memang menjadi salah satu alasan SPG mau menjadi SPG BO, dan bergabung kedalam suatu agensi menjadi pintu pembuka dirinya untuk dapat mempermudah dirinya mendapatkan penghasilan tersebut, namun memang potongan biaya agensi memang harus mereka alami, bagi beberapa agensi memang potongan yang dilakukan tidak begitu besar, namun tidak semua agensi demikian, bahkan pemotongan biaya agensi bisa mencapai 75% dari bayaran yang diterima oleh SPG BO tersebut.

Penghasilan besar dari profesi ini memang menjadi daya tarik yang membuat SPG mau terjun ke dalam profesi SPG BO, namun memang menjadi sebuah konsekuensi dari profesi ini mereka harus melayani klien yang memang tidak sesuai dengan standar mereka, mereka harus melayani orang yang memang berumur jauh dari usia mereka. Penolakan memang dapat dilakukan namun hanya sebagian agensi saja yang bisa menawarkan kesempatan tersebut, tidak semua agensi dapat menerima penolakan klien dari SPG BO yang memang bernaung di dalam agensi mereka, bagi agensi yang memang dapat memberikan penolakan klien bagi SPG BO juga



memberikan batasan, mereka hanya boleh maksimal 3 kali menolak klien, jika memang terus menerus mendapatkan penolakan maka agensi tersebut berhak memutus kontrak kerja dengan SPG tersebut.

Bagi sebagian besar SPG BO yang baru memulai profesi sebagai SPG BO memang mudah bagi mereka percaya dengan sembarang agensi yang mengiming-imingi keuntungan yang besar tanpa menyadari akan latar belakang agensi tersebut, memang tidak semua agensi demikian, namun memang terdapat agensi yang memang tidak secara terbuka memberikan informasi akan bayaran yang didapat oleh SPG tersebut. Tidak menutup kemungkinan juga terdapat agensi yang mengambil seluruh keuntungan yang seharusnya di dapat oleh SPG BO tersebut.

Hal itu menjadi kerugian dan keuntungan seorang SPG BO mau bergabung dengan agensi, relasi yang terjalin diantara keduanya adalah SPG BO menaruh rasa percaya dengan agensi tersebut terkait dengan profesinya. Kepercayaan disini adalah SPG tersebut percaya agensi tersebut nantinya akan mempertemukan dirinya dengan klien yang terbaik, yang menjamin SPG tersebut mendapatkan keuntungan yang besar dari klien yang dicarikan oleh agensi tersebut. Kepercayaan agensi juga melalui SPG tersebut diharapkan ia mendapatkan keuntungan yang besar dari potongan bayaran yang diterima dari SPG tersebut. Kepercayaan yang saling menguntungkan tersebut yang membangun relasi diantara SPG BO dan agensi tersebut dikatakan saling membutuhkan satu sama lain.

Pola relasi yang terjalin diantara SPG BO dengan agensi muncul dari saling membutuhkannya kedua profesi terkait. Pola relasi tersebut dapat terlihat dari adanya

konsistensi dan ketegasan dari profesi-profesi tersebut, konsistensi yang dimaksud disini merupakan profesionalitas dan tanggung jawab dari agensi dalam mencari klien terbaik untuk SPG BO tersebut dengan demikian SPG BO tersebut tidak akan terjadinya penipuan yang dilakukan oleh klien yang nantinya akan terjadi pemerkosaan karena tidak adanya transaksi yang terjalin. Ketegasan yang dimaksud di dalam profesi ini merupakan tanggung jawab dari SPG BO tersebut yang memang menegaskan untuk mendapatkan klien yang sesuai dengan bayaran yang telah ditetapkan oleh dirinya, jadi SPG BO tersebut tidak mau sembarang menerima klien yang memang membayar dirinya dibawah dari standar yang telah SPG BO itu terapkan.

Adanya hubungan timbal balik dan saling membutuhkan diantara profesi ini membuat profesi sebagai SPG BO masih ada dan semakin berkembang sampai dengan saat ini. Keberagaman varian SPG, serta permintaan klien yang terus menerus meningkat membuat profesi ini semakin meluas jaringannya, serta hukum pun sepertinya semakin sulit untuk bisa mengendus dan memberantas prostitusi ini.

Hubungan yang terjalin diantara profesi tersebut bukan saling bertentangan namun saling butuh satu sama lainnya, yang membuat profesi SPG BO ini semakin digemari oleh SPG yang memang menjadikan uang sebagai modal dirinya dalam membangun status sosialnya yang tinggi melalui gaya hidup dirinya.

### **3.3. Relasi yang Terjalin antara Agensi dengan Klien**

Agensi SPG merupakan sebuah bisnis yang menyediakan SPG yang profesional dalam menjual produk. SPG yang bagus tidak hanya berpenampilan menarik saja,

akan tetapi juga harus memiliki *skill* komunikasi yang baik dengan konsumen, apalagi jika SPG tersebut memiliki kelebihan dapat menguasai bahasa asing sekaligus, itu dapat menjadi nilai lebih yang dapat ditawarkan seorang SPG, di sini relasi yang terjalin antara agensi dengan SPG terbilang saling menguntungkan atau *simbiosis mutualisme*, yang dimana SPG *fresh graduate* yang masih awam dengan dunia SPG pasti membutuhkan jasa agensi untuk mempromosikan dan memberi jalan atau memberi pekerjaan debut kepada dirinya di dunia SPG, disamping agensi juga merasa diuntungkan karena semakin banyak mereka menyalurkan semakin untung yang mereka dapatkan dari suatu perusahaan yang telah memesan SPG untuk acara atau *event* yang akan diadakan.

Pemotongan bayaran yang diambil oleh agensi dari SPG untuk biaya agensi, semisal seorang SPG di bayarkan perusahaan per *shift* atau per hari untuk SPG sebesar Rp 750.000, agensi menarik atau memotong sekitar Rp 150.000- Rp 300.000 tergantung dengan kesepakatan yang terjalin antara SPG dan agensi tersebut.<sup>52</sup> Kegiatan pemasaran produk yang terlihat mudah tetapi sulit untuk dikerjakan. Pengetahuan mengenai produk serta interaksi dengan konsumen tak jarang harus dilakukan, perusahaan biasanya tidak ingin repot-repot membuka lowongan SPG untuk *event* yang akan diadakan. Dari hal inilah relasi antara klien dan agensi muncul, beberapa keuntungan perusahaan menggunakan jasa agensi diantaranya beberapa keuntungan perusahaan menggunakan jasa agensi diantaranya digambarkan dengan skema sebagai berikut:

---

<sup>52</sup>Hasil wawancara dengan agensi pada 17 april 2015 pukul 15.00-17.00

**Skema 3.2**  
**Keuntungan Perusahaan Menggunakan Agensi**



Sumber: Hasil Olah Penulis, 2015

- **Keuntungan Ganda**

Jika dengan kita menyewa jasa SPG yang biasa tersedia di agensi SPG *event* profesional, pertama perusahaan tentunya bisa akan mendapatkan nilai lebih dalam hal *awareness*. Orang-orang akan berdatangan ke tempat *event* perusahaan untuk melihat ada yang menarik dengan kerumunan orang-orang banyak yang melihat SPG mendemonstrasikan produk pada *event* tersebut dan pasti ada persentase produk itu akan laku dipasaran nantinya.

- **Harga Terjangkau**

Ketika menggunakan SPG dari agensi, perusahaan bisa meminimalisir *budget* daripada perusahaan tersebut menggunakan jasa SPG-SPG yang hanya bergerak sendiri.

- **Membantu Perusahaan dalam Menggaet Calon Pembeli**

Tentu dengan penampilan fisik yang menarik akan membuat calon pembeli pun semakin berhasrat membelinya, setelah melihat penampilan SPG dan penawarannya pun menarik biasanya si calon pembeli akan berpikir untuk

mencoba produk tersebut atau sekedar menerima sampel/brosur yang disodorkan oleh SPG. Sampel atau brosur tersebutlah yang nantinya akan menjadi sebuah awal jembatan adanya komunikasi antara SPG dengan si calon pembeli.

- **Dikenal Mampu**

Dengan menyewa jasa SPG yang sudah pasti memerlukan biaya lumayan besar tentunya masyarakat juga akan merasa bahwa perusahaan tersebut mampu dan siap bersaing dengan produk-produk lainnya yang sudah lebih dulu terkenal. Jika menggunakan jasa agensi juga SPG yang ditawarkan tidak sembarangan karena para agensi juga telah menyeleksi juga para SPG untuk diperkerjakan di dalam agensi mereka.

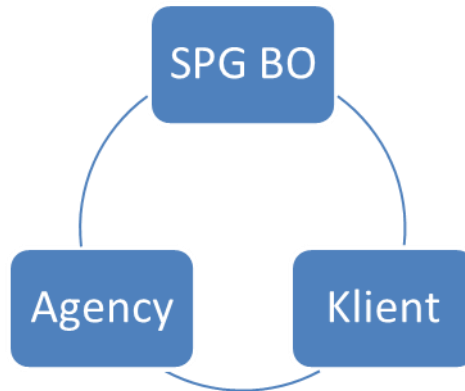
Bandingkan jika tidak menggunakan jasa agensi, perusahaan akan kerepotan mencari calon-calon SPG yang belum tentu handal dalam melakukan pemasaran, selain itu mereka juga harus menguras waktu dengan memasang iklan, mengadakan pertemuan wawancara, menyeleksi SPG untuk kebutuhan perusahaan, mencari dan membentuk team leader yang nantinya akan membimbing dan mengawasi SPG dalam suatu acara.

Perbandingan harga yang tidak terlalu jauh yang harus dikeluarkan oleh perusahaan serta efisiensi dan efektivitas yang ditawarkan untuk memakai jasa agensi dalam merekrut SPG jika dibandingkan dengan perusahaan tersebut harus mencari

SPG sendiri menjadi hal yang dirasa cukup menguntungkan jika menggunakan jasa agensi.

Demikian pula dengan agensi yang menawarkan fasilitas BO bagi para SPGnya, biasanya transaksi dilakukan antara klien dengan agensi tersebut, jika cocok dengan harga yang ditawarkan barulah agensi tersebut menyampaikannya kepada SPG nya, namun jika SPG BO menolak, agensi tidak bisa memaksakan, namun ada batas penolakan yang bisa dilakukan oleh SPG BO, 3 kali penolakan adalah batas maksimal bagi SPG BO menolak klien tersebut, hal seperti ini juga hanya ditawarkan oleh sebagian agensi saja, di dalam bisnis BO ini agensi juga yang mempertemukan SPG dengan klien di tempat yang telah ditetapkan, biasanya di bar, restoran, hotel, dll tergantung pemesanan oleh klien. Klien yang memang ingin membooking SPG BO memang akan selalu menghubungi langsung ke agensi yang memang menyediakan SPG BO, banyaknya pilihan SPG juga dirasa menjadi keuntungan tersendiri bagi klien, karena klien dapat memilih SPG yang ia mau sesuai dengan seleranya.

**Skema 3.3**  
**Relasi Antara Agensi, SPG BO dan Klient**



Sumber: Hasil Olah Penulis, 2015

Pada penjelasan diatas dapat terlihat bahwa antara klien dan agensi saling membutuhkan, relasi yang terjalin antara agensi BO dengan klien yang akan memboking dapat terlihat saling berkaitan satu sama lainnya, di sisi lain klien yang ingin memesan atau ingin memboking SPG biasanya melalui agensi, dimana jika melalui agensi tersebut, agensi bisa memberikan beberapa pilihan SPG yang mana yang ditawarkan oleh agensi kepada klien, melalui media sosial agensi tersebut menawarkan SPG yang bernaung atau memang para klien tersebut memang ingin memboking melalui agensi tersebut, yang nantinya bisa dicarikan oleh agensi sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh klien.

Salah satu keuntungan yang didapat dari klien yang memboking lewat agensi adalah identitas yang dimiliki dapat terjaga, keuntungan ini menjadi hal yang sangat signifikan mengapa klien mau membayar lebih untuk memboking lewat agensi, identitas klien yang memang dari kalangan kelas menengah keatas memang menjadi

hal yang penting. Maka dari itu keamanan identitas klien menjadi yang diutamakan, bahkan jika memang ada SPG BO yang bernaung dibawah suatu agensi tersebut menyebarkan identitasnya, maka pihak agensi tidak segan-segan memutus hubungan kerjanya, dan *memblacklist* nama SPG tersebut, bukan hanya sebagai SPG BO namun juga menjadi SPG pada umumnya, nama baik seorang SPG memang sangat penting di profesi ini, karena sekali saja nama SPG tersebut sudah tercoreng maka seterusnya SPG tersebut akan sulit mendapatkan pekerjaan di profesi SPG lagi, sedangkan keuntungan yang didapat oleh agensi adalah adanya tambahan bayaran yang didapat dari klien yang memboking. Serta keuntungan dan relasi yang terjalin antara SPG dengan agensi adalah melalui agensi para SPG bisa mendapatkan info pekerjaan dan dapat disalurkan ke klien langsung. Hubungan yang timbal balik ini terus terjadi sampai dengan saat ini yang dimana hal itu menyebabkan makin maraknya profesi yang terkait hingga saat ini.

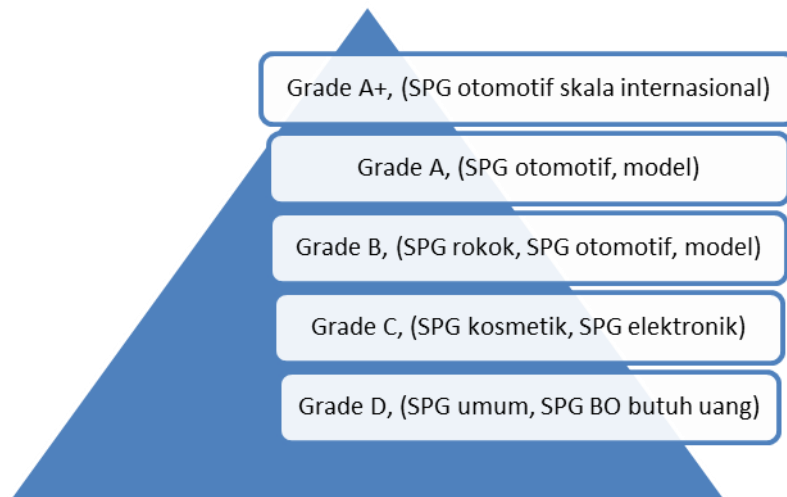
#### **3.4. Stratifikasi *Grade* pada *Sales Promotion Girl Booking Out***

Fenomena SPG yang telah ada bertahun-tahun lamanya yang muncul karena adanya kebutuhan, khususnya dari suatu perusahaan yang memang akan mengadakan suatu *event* tertentu dimana SPG lah yang menjadi ujung tombaknya sebagai bagian dari promosi produk dari perusahaan tersebut. Ada beberapa kategori SPG yang ditetapkan atau biasa disebut dengan *grade*, pengelompokan *grade* ini terbagi menjadi beberapa pengelompokan tergantung dari kriteria SPG itu sendiri. *Grade* SPG menjadi suatu tolak ukur awal nilai bayaran yang ditawarkan, pengelompokan *grade* SPG tidaklah berbeda yang terjadi pada SPG BO, adanya stratifikasi *grade*



juga menentukan nilai atau upah yang harus dibayarkan klien terhadap SPG tersebut. Berikut merupakan bagan dan list dari *grade* dan nominal bayaran yang ditawarkan SPG BO

**Skema 3.4**  
**Stratifikasi *Grade* SPG BO**



Sumber: Hasil Olah Penulis, 2015

*Grade D*, *grade* ini merupakan kelas yang paling standar atau *grade* terbawah dibanding *grade* lainnya, dengan minimal tinggi 150-155cm, penampilan yang seadanya atau standar, bentuk tubuh yang agak gemuk, *grade* ini juga biasanya diterapkan pada SPG BO yang baru memulai profesinya sebagai BO atau kurangnya pengalaman, namun hal ini dikecualikan jika kualitas SPG BO tersebut diatas rata-rata atau kualitasnya berada pada *grade* A atau A+, bayaran yang ditawarkan pada SPG ini biasanya berkisar 250-2jt per *short time*.

*Grade C*, *grade C* ini tidak jauh berbeda dengan *grade D* yang membedakan adalah tinggi dari SPG tersebut haruslah berkisar di 155-160cm, penampilannya menarik, bentuk tubuh ideal (tidak terlalu gemuk, atau terlalu kurus), SPG yang

berada pada level ini biasanya ada pada SPG elektronik, atau SPG kosmetik, harga atau bayaran yang ditawarkan untuk SPG ini adalah berkisar di 2,5 juta – 3 juta untuk *short time* tergantung dari pengalaman dan pelayanan yang diberikan.

*Grade B*, pada *grade* ini bisa dibilang menjadi *grade* yang lumayan laris sebagai SPG BO, karena harganya yang lumayan terjangkau namun dengan kualitas yang memang mendekati atau bahkan berada pada kualitas *grade A*. Minimal tinggi yang harus dimiliki dari SPG ini berkisar pada 160-165cm, berpenampilan menarik dan bentuk tubuh ideal, serta kulit yang bersih (tidak belang, tidak terdapat bintik-bintik merah atau cokelat pada kulitnya). Standar *Grade SPG BO* jenis ini biasa ditemukan pada SPG rokok dan produk kecantikan, namun ada juga beberapa perusahaan otomotif yang memperkerjakannya dengan alasan meminimalisir pengeluaran. Bayaran yang harus dikeluarkan jika ingin membooking SPG *grade B* ini berkisar pada 6 juta – 10 juta rupiah per *short time*.

*Grade A*, *grade* pada kelas ini merupakan *grade* mempunyai standar tinggi. Tinggi minimal yang harus dimiliki oleh SPG *grade* ini berkisar diantara 165-170cm, berpenampilan sangat menarik, bentuk tubuh ideal, cantik, kulit yang bersih, komunikatif, dan berpengalaman. *Grade* pada jenis ini biasa ditemui pada *event* berskala besar, atau sering ditemui pada *event* otomotif yang memang penampilan sangat diutamakan, bayaran yang ditetapkan untuk SPG BO pada *grade* ini berkisar pada 11-15 juta rupiah per *short time*, dikarenakan harga yang diterapkan memang terbilang tinggi maka bisa dibilang klien yang membokingnya berada pada kalangan kelas atas juga.

*Grade A+*, *grade* ini merupakan *grade* tertinggi pada SPG BO. Dilihat dari standar tinggi tubuh SPG yang berkisar 170cm keatas bisa dibilang SPG *grade* ini merupakan SPG yang berada pada kelas model, dengan bentuk tubuh yang harus ideal, cantik, kulit putih bersih, menarik, komunikatif, dan berpengalaman memang sudah diwajibkan, yang membedakan antara *grade A+* dengan *grade A* selain memang tinggi tubuh, memiliki kemampuan berbahasa lebih dari 1 bahasa, berwawasan tinggi, dan memiliki gelar tinggi menjadi nilai plus tersendiri yang membedakannya. Bayaran yang ditetapkan bagi SPG BO *grade* ini memang tinggi berkisar 15-20 juta rupiah per *short time*. SPG jenis ini sering ditemui pada *event* otomotif berskala internasional, dan nasional, seperti *IIMS*, *GIAS*, dan lain sebagainya, SPG pada *grade* ini merupakan SPG kelas eksklusif karena tidak sembarang orang dapat memboking dengan harga yang sedemikian tinggi, maka dari itu kemampuan-kemampuan yang dimiliki SPG serta wawasan yang luas menjadi nilai lebih pada SPG jenis ini.

Stratifikasi *grade* memang menjadi penentu bayaran atau bayaran yang harus dibayarkan klien kepada SPG BO tersebut, semakin tinggi *grade* semakin tinggi pula bayaran yang harus dibayarkan, karena memang kualitas dan pengalaman dari setiap kelompok *grade* tersebut memang berbeda. Dapat terlihat juga bahwa semakin tinggi dan semakin ideal bentuk tubuh dari seorang SPG juga menentukan bayaran dari SPG BO tersebut, bentuk tubuh yang layaknya seorang model atau artis terkenal, dan menarik dipandang dengan kaki jenjang menjadi suatu alasan mengapa tinggi dan bentuk tubuh ideal sangat menentukan tariff BO.

“Kalo kelas kayak model gitu kebanyakan di *grade B*, *grade A* itu kan harus yang premium, cantik, proporsional, ga Cuma dada doang yang gede, nah kalo model indo kan kebanyakan dada doang yang gede, tapi muka biasa aja”

**Table 3.1**  
**Tarif SPG BO Berdasarkan *Grade***

<i>Grade</i>	Tariff	Jenis SPG
A	11-15 juta	SPG Otomotif, Usher, Model
B	6-10 juta	SPG Otomotif, SPG Rokok, Model
C	2,5-3 juta	SPG Kecantikan, SPG Elektronik
D	250rb-2 juta	SPG umum, yang sering terlihat pada suatu acara-acara di mall

Sumber: Hasil Olah Penulis, 2015

### 3.5. Pola Rekrutmen SPG BO

Melalui sosial media merupakan cara paling aman yang dimanfaatkan oleh para agensi serta SPG dalam membangun jaringan dan merekrut calon SPG serta cara ini pula yang digunakan calon SPG dalam mendapatkan informasi tentang pekerjaan sebagai SPG. Cara paling populer yang dilakukan dalam rekrutmen adalah dengan menggunakan fasilitas media sosial, cara ini dianggap lebih mudah dan lebih aman dalam melakukan perekrutan. Sistem rekrutmen melalui chatting yang saat ini sedang terkenal dan dipakai oleh seluruh lapisan masyarakat yaitu *blackberry messenger*, *whatsapp*, *line*, *twitter* merupakan media sosial yang paling aman efektif serta cepat jika dibandingkan dengan menggunakan media cetak yang saat ini sudah mulai ditinggalkan oleh para agensi dalam mencari calon SPG baru.

Pada dasarnya jangkauan jasa prostitusi dari SPG saat ini semakin mudah didapat, perkembangan teknologi yang pesat berperan sangat nyata dalam

membentuk budaya seksual saat ini, melalui media sosial ini mereka meyakini akan mendapatkan banyak pelanggan karena dengan cepatnya pertukaran informasi yang bisa terjadi di media sosial. Melalui sosial media juga dirasa lebih aman, karena privasi yang terjaga antara SPG, klien dan agensi tersebut yang dikarenakan transaksi yang mereka lakukan dikerjakan secara personal dan tidak secara umum atau terlihat.

Sistem rekrutmen yang dilakukan oleh agensi BO tidaklah berbeda jauh dengan sistem rekrutmen yang dilakukan oleh agensi- agensi SPG pada umumnya, mereka tetap menetapkan kriteria yang sesuai dengan standar mereka atau sesuai dengan pesanan klien mereka, kriteria seperti berpenampilan menarik lekuk tubuh yang menonjol, serta kriteria-kriteria yang ada pada SPG pada umumnya masih menjadi patokan agensi BO dalam merekrut, namun memang ada juga kriteria tambahan seperti berwajah oriental, memiliki keahlian berbahasa lebih dari satu bahasa, serta berwawasan tinggi yang memang menjadi kriteria khusus dan bahkan tarif SPG BO yang demikian memiliki tarif yang tinggi dibandingkan dengan SPG BO yang hanya mengandalkan tubuhnya. Berikut merupakan skema yang menggambarkan pola perekrutan SPG BO.

**Skema 3.5**  
**Pola Rekrutmen SPG BO**

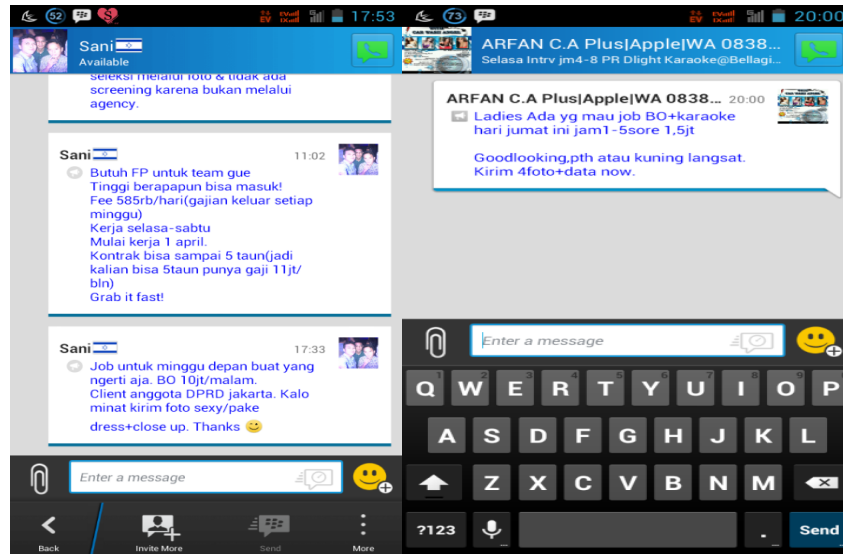


Sumber: Hasil Olah Penulis, 2015

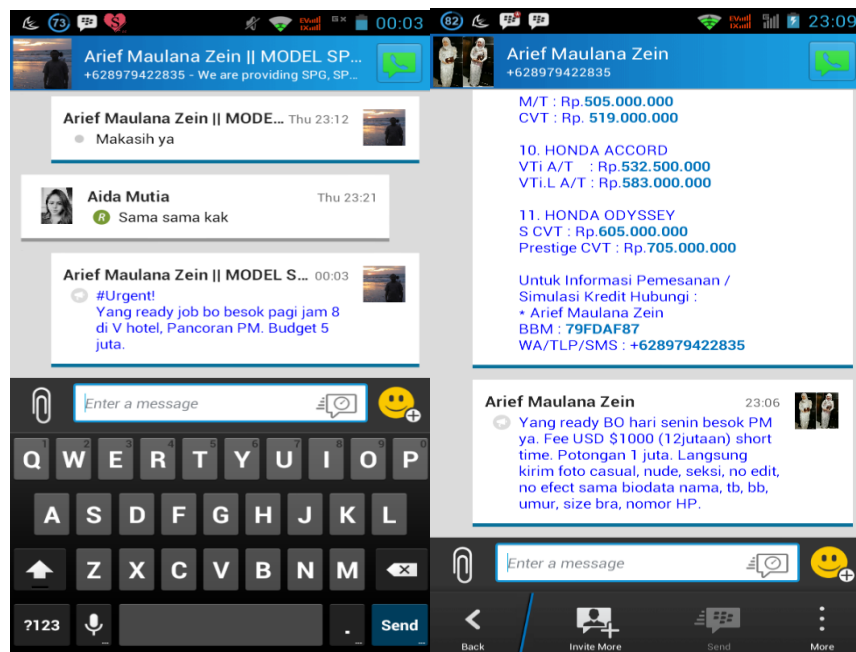
Sistem perekrutan yang dilakukan para agensi memang masih sama dengan agensi SPG pada umumnya, mereka masih menggunakan media sosial dan iklan di media cetak, namun jika di media sosial semisal *BBM*, mereka pada umumnya menulis dengan maksud yang jelas yaitu mencari SPG BO. Proses perekrutan pun sama ketatnya dengan proses perekrutan SPG pada umumnya, setelah mereka mengirim foto wajah dan foto *full body*/tubuh, mereka akan diseleksi sesuai dengan permintaan klien atau kriteria yang diterapkan dari agensi itu sendiri, jika mereka dinyatakan lolos dalam seleksi foto, mereka dikumpulkan di suatu tempat untuk diseleksi secara langsung oleh agensi, yang biasanya di *café* atau bar, maksud dari pengumpulan ini adalah para agensi menseleksi kembali para calon SPG BO karena tidak sedikit SPG BO yang tidak sesuai dengan foto yang dikirimkan, atau yang tidak sesuai dengan persyaratan.

Pola rekrutmen yang dilakukan agensi BO sama dengan pola rekrutmen yang dilakukan pada agensi pada umumnya, yang membedakan pola rekrutmen agensi SPG BO adalah dari seleksi pengiriman foto yang harus dikirm SPG adalah harus foto dirinya yang sensual, dan yang benar-benar menunjukkan bagian tubuh yang memang “menjual”, dan bahkan ada yang diharuskan mengirimkan foto tanpa mengenakan pakaian, atau hanya mengenakan pakaian dalam saja,

**Gambar 3.1**  
**Pola Rekrutmen lewat Media Sosial (BBM)**



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2015



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2015

Penggunaan BBM sebagai media rekrutmen dirasa sangatlah efektif bagi agensi SPG BO, biasanya agensi SPG BO menyertakan kriteria dan bayaran bersih

yang akan diterima oleh SPG BO tersebut, dan proses rekrutmennya pun sama seperti perekrutan SPG pada umumnya, para calon SPG diharuskan mengirimkan foto terlebih dahulu, dan melalui tahap-tahap seleksi sampai dengan penerimaan SPG tersebut, yang membedakannya tentu dalam tahapan seleksi foto sang SPG biasanya diharuskan mengirimkan foto dengan pose yang lebih terbuka dan lebih menggoda ini dimaksudkan agar SPG tersebut sudah memenuhi permintaan dari klien yang ingin memboking. Jika sudah diterima biasanya SPG tersebut diberikan pekerjaan sales/menawarkan suatu produk/pemanis suatu acara terlebih dahulu setelah selesai melakukan pekerjaannya barulah mereka melayani para klien yang telah memboking mereka.

Para agensi ini tidaklah sembarangan dalam merekrut dan ada ciri-ciri yang harus dikenal oleh para agensi ini jika mereka ingin merekrut *sales promotion girl booking out* secara langsung atau tidak melalui perantara media sosial. Penggunaan kata-kata seperti godaan mutlak dilakukan oleh para agensi yang ingin merekrut secara langsung atau terjun langsung di lapangan, penggunaan kata rayuan seperti “neng, cantik banget neng”, “ga capek neng?”, “badan kamu bagus banget ya”, “aku bisa loh kenalin kamu sama temen aku yang orang fotographer”, “kamu bisa loh jadi model”

“kita kalo lagi kongkow gitu biasanya kita tentuin dulu target yang mau kita jadiin SPG, nanti kita kenalan, terus kita bakalan nanya-nanya yang bisa ngebuat dia tertarik gitu deh kayak misalnya “eh kamu itu bintangnya capicorn ya, setau aku itu capicorn itu baik, tapi bisa di bilang orangnya boros” ya kayak gitu deh pasti dia bilang “loh kok tau”, terus kita bilang lagi “tau dong, kamu itu orangnya ga suka kan kalo ada orang yang bau, orang yang deket kamu itu harus yang wangi-wangi” jadi intinya itu kita mainin kata-kata kita yang memang itu udah jadi



sifat sifat dasar kita jadi manusia, pokoknya nanti gue ajarin lagi deh cara-cara ngerayunya hahaha”<sup>53</sup>

Rayuan rayuan yang digunakan agensi memang menjadi sebuah alat untuk dapat meluluhkan atau mencairkan suasana agar lebih dekat dengan SPG, saat sang SPG mulai tertarik dengan pembicaraan agensi barulah agensi tersebut mencoba untuk menawarkan pekerjaan sebagai SPG BO, tidak serta merta secara langsung agensi tersebut mengutarakannya secara tersirat namun menjurus kepada tujuannya seperti kata-kata “badan kamu bagus, bisa nih jadi model, aku ada nih temen yang bisa bikin kamu jadi model, tapi kamu mau ga ya buat nemenin dia?, nemenin aja kok, tapi kalo kamu ga mau ya gapapa kok”, kata-kata bujukan tersebut secara tersirat efektif digunakan oleh para agensi yang ingin merekrut SPG BO secara langsung, namun sang agensi tidaklah sembarangan mengajak seorang SPG untuk BO.

Para agensi ini menetapkan standar yang digunakan sesuai dengan permintaan klien, atau standar dari agensi itu sendiri yang mengelompokkan SPG BO tersebut dalam *grade-gradenya*, namun agensi tersebut juga melihat dengan respon dan ciri-ciri dari SPG tersebut apakah ada kemungkinan bisa diboking atau akan ditolak nantinya. Ciri-ciri seperti yang digambarkan pada skema berikut:

---

<sup>53</sup>Hasil wawancara dengan agensi pada 17 April 2015 pukul 15.00-17.00

**Skema 3.6**  
**Ciri-ciri SPG BO**

Mudahnya memberikan nomor telepon

Mudahnya memberikan alamat

Berpenampilan menggoda

Berani memegang tangan pelanggan

Sumber: Hasil Olah Penulis, 2015

Mudahnya SPG dalam memberikan nomor telepon, pin bbm, atau akun akun sosial media mereka menunjukkan bahwa SPG tersebut sudah tertarik akan rayuan, dan tertarik dengan tawaran yang diberikan oleh agensi. Sama halnya dengan memberikan nomor telepon, memberikan alamat juga merupakan suatu ciri bahwa SPG tersebut sudah percaya dan tertarik dengan pekerjaan sebagai SPG BO yang ditawarkan.

Bagi sebagian besar SPG yang memang profesinya dituntut harus menjadikan seorang pelanggan sebagai raja memang diharuskan memberikan banyak rayuan dan berbagai cara agar barang yang dijual dapat memenuhi target yang telah ditetapkan, hal demikian dimanfaatkan oleh berbagai pelanggan yang nakal untuk mengetahui lebih dalam dari SPG tersebut, bagi SPG yang memang tidak bertujuan untuk menjual tubuhnya mungkin akan langsung menolak secara halus pertanyaan yang memang privasi dari SPG tersebut, namun berbeda dengan SPG BO yang memang terlihat dapat di BO, ia akan dengan mudah memberikan alamat yang memang ada maksud dan tujuannya agar lebih mudah dijemput, atau agar SPG dapat lebih

dekat dengan agensi tersebut. Lebih dekatnya dengan SPG yang akan bisa diBO tersebut, maka perbincangan dapat diarahkan oleh agensi tersebut ke maksud dari tujuan awalnya tersebut, yaitu agar SPG tersebut mau masuk ke dalam agensi nya atau agar SPG tersebut mau dengan profesi sebagai SPG BO.

Penampilan SPG *event* pada umumnya memang menggoda, dan memang setelan serta kostum yang dipakai juga memang menggoda, namun jika SPG tersebut bisa diajak BO mereka akan berpenampilan lebih menggoda lagi, semisalnya lebih memperlihatkan “asset” mereka, atau merombak lagi kostum mereka agar terlihat lebih menggoda. Seperti yang dilakukan oleh informan penulis yang berinisial F, yang mengaku tidak betah memakai pakaian yang telah diberikan oleh perusahaan, ia lebih memilih untuk merombak lagi kostum yang akan ia pakai. Selain untuk kenyamanan dirinya, hal tersebut juga menunjukkan dirinya ingin mempromosikan dirinya lewat pakaian yang sensual tersebut.

Salah satu kode nakal dari SPG yang bisa diajak dan dapat terlihat oleh agensi BO memiliki peluang diterima untuk dapat di BO adalah biasanya SPG tidak memiliki rasa canggung untuk memegang tangan pelanggan, biasanya dia langsung memegang tangan pelanggan atau memegang pundak pelanggan tersebut.

Hal tersebut dilakukan oleh agensi yang merekrut SPG BO secara langsung di dalam suatu *event*, jika agensi tersebut sudah memiliki anggota yang bernaung di dalam manajemennya, para agensi hanya memberikan kode atau hanya tinggal

memberitahu seperti “udah ada yang nungguin tuh”, “eh ada om yang mau, kamu mau ga sama dia?”, jika memang SPG tersebut menerima tawaran klien, maka agensi tersebut langsung menentukan waktu tempat untuk dipertemukannya. Disinilah peran serta seorang agensi dalam mencari, mempertemukan dan mempersiapkan agar klien dapat dipertemukan oleh SPG tersebut atau dengan kata lain agensi adalah perantara antara SPG dengan klien.

### **3.6. Penutup**

Pada bab ini telah dibahas tentang adanya relasi sosial yang tercipta dikarenakan adanya saling kebutuhan diantara profesi-profesi yang terkait. Proses terjalinnya relasi sosial diantara profesi tersebut disebabkan karena adanya tindakan yang saling menguntungkan diantara profesi tersebut, dan adanya sikap saling membutuhkan juga membuat profesi ini semakin tersebar jaringannya, kepercayaan yang terbangun di dalam profesi ini juga sangat penting, kepercayaan yang ditaruh SPG BO kepada agensi yaitu ia percaya bahwa agensi nantinya akan mencarikan calon klien yang terbaik, yang menjamin bahwa dirinya mendapatkan bayaran yang besar, kepercayaan juga ditaruh agensi kepada SPG BO tersebut, agensi percaya bahwa SPG tersebut akan melayani klien dengan baik dengan demikian klien tersebut dapat percaya dengan agensi bahwa agensi tersebut memberikan SPG BO yang terbaik kepada dirinya. Kepercayaan yang saling menguntungkan tersebut yang membangun relasi diantara profesi yang terkait semakin kuat dan semakin meluas.

Pada bab ini juga dijelaskan terkait pengelompokan SPG yang terbagi dalam *grade-grade* tertentu yang dimana dari *grade* tersebut dapat menentukan bayaran yang harus dibayarkan klien untuk SPG BO tersebut, semakin tinggi dan semakin idealnya tubuh dari SPG, serta semakin menariknya SPG BO tersebut menentukan tingginya tariff yang diterapkan.

Pada bab ini juga dibahas akan Pola perekrutan yang dilakukan agensi yang terbagi dalam dua macam, ada yang melalui media social dan ada yang melalui terjun langsung agensi tersebut mencari calon SPG BO. Kemajuan teknologi saat ini memudahkan agensi dalam melakukan perekrutan SPG BO, perekrutan SPG BO melalui media sosial terbilang menjadi perekrutan yang banyak digunakan saat ini, mudah dan lebih aman menjadi salah satu alasan mengapa media sosial menjadi alat yang paling sering digunakan agensi dalam melakukan rekrutmen. Terdapat juga agensi yang turun langsung kelapangan untuk merekrut SPG BO, namun tidak semua SPG mau masuk kedalam profesi sebagai SPG BO.

Terdapat ciri-ciri yang menunjukkan bahwa SPG tersebut dapat diboking, ciri-ciri seperti mudah memberikan alamat, dan nomor telepon, lebih agresif dan menggoda, menjadi hal yang dilihat agensi bahwa SPG tersebut dapat diboking. Namun dengan ciri yang demikian tidak serta merta agensi dapat langsung menawarkan pekerjaan sebagai SPG BO, ia juga mengelompokan SPG tersebut sesuai dengan *grade* yang telah diterapkan, dan sesuai dengan kebutuhan klien juga.

## BAB IV

### PERILAKU *BOOKING OUT* DALAM KALANGAN SPG

#### 4.1. Pengantar

Pembahasan mengenai macam-macam SPG, bagaimana prostitusi dapat terjadi dibalik profesi sebagai SPG, faktor-faktor serta motif apa yang melatarbelakangi SPG tersebut mau menjadi SPG BO atau SPG yang bisa diboking telah dibahas sebelumnya di bab dua. Selain itu penjabaran serta penjelasan relasi antara SPG tersebut dengan agensi dan relasi-relasi agensi tersebut dengan klien telah dibahas juga pada bab ketiga yang memperlihatkan bagaimana sampai dengan saat ini masih ada dan semakin berkembangnya prostitusi di balik profesi sebagai SPG ini.

Pada bab keempat ini terdapat tiga sub bab, pada bab ini akan menjelaskan mengenai bagaimana mereka dapat melihat makna profesi mereka dan bagaimana SPG BO ini memandang BO sebagai cara untuk meningkatkan status sosial dirinya dikalangan SPG lainnya untuk terlihat lebih tinggi, serta bagaimana konsumerisme berpengaruh terhadap SPG mau masuk kedalam profesi ini. Pada subbab yang pertama akan menjelaskan tentang bagaimana SPG BO membangun relasi untuk *social climbing* agar dapat meningkatkan status sosial dirinya diatas SPG lainnya. Pada subbab yang kedua pada bab ini akan menjelaskan tentang bagaimana adanya budaya konsumerisme yang menjadi faktor pendorong dirinya masuk ke dalam

prostitusi. Pada subbab yang terakhir atau subbab ketiga akan menjelaskan tentang bagaimana SPG BO dianggap sebagai sebuah perilaku menyimpang.

#### **4.2. Terbangunnya Relasi SPG BO dalam Peningkatan Status Sosial Dirinya Dikalangan SPG**

Pada saat ini memiliki wajah cantik, tubuh langsing dan menarik merupakan keinginan setiap perempuan manapun agar dapat mendapatkan pengakuan sosial dari masyarakat yang telah mengkonstruksi arti cantik pada perempuan. Bentuk fisik perempuan yang menarik merupakan suatu kebanggaan pada diri seorang perempuan. Dalam pandangan masyarakat, perempuan wajib merawat tubuh dan penampilan fisiknya secara keseluruhan agar lebih menarik dihadapan orang lain. Usaha-usaha yang dilakukan oleh perempuan tidak hanya demi fisik itu sendiri melainkan agar lebih dapat terlihat cantik dan menarik. *Body image* perempuan sangat dipengaruhi oleh persepsi dari orang lain, hal demikian dapat mempengaruhi perempuan dalam bergaya hidupnya, karena dengan dirinya yang harus terus dapat terlihat cantik dan menarik, ia akan terus mencoba dan berusaha mempercantik dirinya terus menerus agar dapat terus mendapat pengakuan sosial terhadap dirinya. (Dengan kata lain , konstruksi tubuh perempuan dipengaruhi oleh persepsi orang lain, hal ini kemudian mempengaruhi perempuan untuk tetap menjaga penampilannya agar terlihat cantik dan menarik, ia akan terus mencoba dan berusaha mempercantik dirinya agar dapat mendapat pengakuan sosial terhadap dirinya.)<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Sri Mulia Listiani *Makna Berdandan Bagi Perempuan*, Jurnal Online Psikologi, 2013, hlm 1

Pada umumnya banyak orang yang mengasumsikan bahwa perempuan yang menarik tidak hanya dikagumi oleh teman kencannya, namun pada saat ini penampilan menarik juga dapat mendorong perempuan tersebut untuk meraih kesuksesan dalam kehidupannya. Penampilan menarik perempuan tersebut juga tidak terlepas digunakan sebagai modal fisik dirinya dalam mengembangkan relasi dirinya dalam proses untuk meningkatkan modal ekonomi perempuan tersebut dalam bidang pekerjaan. Pada saat ini penampilan menarik seorang perempuan mempunyai nilai lebih apalagi dalam dunia pemasaran di dalam dunia SPG, dalam dunia SPG dengan adanya modal fisik tersebut membuat terjalinnya relasi-relasi dan jaringan-jaringan yang terbangun.

Menurut Grinder dalam Mellana, sejak dari masa kanak-kanak hingga dewasa, perempuan diajarkan oleh lingkungannya untuk meyakini bahwa fisik merupakan sumber daya tariknya. Daya tarik fisik perempuan merupakan kebanggaan sendiri dalam bermasyarakat.<sup>55</sup> Hal tersebut kemudian menyebabkan perempuan mendapatkan teman perkumpulan, dan pekerjaan yang memang melihat kecantikan sebagai aset untuk menarik perhatian dari masyarakat.

Pemakaian *make up* atau berdandan merupakan konstruksi sosial atas kecantikan seorang perempuan. SPG melihat adanya realitas cantik yang dibangun oleh masyarakat seperti berkulit putih, bertubuh langsing, tinggi, hidung mancung, mata bulat, hal demikian yang membuat SPG mengikuti realitas yang dibangun masyarakat tersebut demi mendapatkan pengakuan dari masyarakat bahwa dirinya

---

<sup>55</sup> Ibid., hlm 14



cantik. Tuntutan pekerjaan yang memang mengharuskan mereka untuk menjadi cantik dan menarik di mata orang lain menjadikan kecantikan yang mereka miliki merupakan modal fisik untuk membangun dan meningkatkan modal ekonomi mereka, perawatan kecantikan serta pemakaian kosmetik dirasa sebagai hal yang wajib dan menjadikan gaya hidup mereka, gaya hidup yang mementingkan citra dan identitas diri melalui sebuah *prestise*.

Semua usaha dalam memperindah diri SPG BO itu lakukan semata-mata agar ia dapat membangun relasi dirinya dengan demikian semakin terbangun dan meluasnya relasi yang dibangun oleh SPG BO tersebut dapat membuat SPG BO tersebut meningkat status sosialnya, karena dengan adanya relasi tersebut dapat memungkinkan bagi SPG BO untuk dapat melakukan *social climbing* kedalam profesi yang lebih baik lagi. Relasi yang dibangun oleh SPG BO dengan profesi yang terkait dengan peningkatan statusnya, di dalam profesi ini SPG BO membangun relasi dengan agensi dan klien. Relasi yang terbangun diantara profesi ini didasari dengan adanya *trust* atau kepercayaan.

*Trust* atau kepercayaan yang terjalin antara SPG BO dengan agensi memang sudah terjalin dengan bentuk ikatan kerja secara professional. Terbentuknya jaringan tersebut membuat adanya jalinan relasi diantara mereka yang dimana tanpa adanya jaringan tersebut mungkin saja SPG BO tersebut sulit untuk bisa meningkatkan modal ekonominya. Keuntungan yang didapat dari agensi dari SPG dianggap sebanding dengan keuntungan bayaran yang didapat SPG BO tersebut dari hasil agensi yang menyalurkan dirinya kepada klien yang memang mencari SPG BO,

dengan demikian adanya peningkatan ekonomi diantara kedua profesi tersebut yang secara nyata dapat tercipta.

Relasi yang terjalin diantara sesama agensi juga menunjukkan adanya relasi yang saling menguntungkan. Tidak jarang klien meminta kepada agensi untuk mencarikan SPG BO dengan kriteria tertentu, namun jika agensi ini tidak memiliki SPG BO yang sesuai dengan permintaan klien maka agensi ini akan mencarinya pada agensi lainnya. Disinilah kemudian yang memunculkan adanya transaksi yang saling menguntungkan kedua agensi ini. Sebagai gantinya kepada agensi lain, sistem bagi hasil kepada agensi pun diterapkan, jadi hubungan yang saling menguntungkan tersebut kerap terjadi.

#### **Skema 4.1** **Modal Fisik sebagai Pendorong Terbangunnya Relasi**



Sumber: Hasil Olah Penulis, 2015

Telah dijelaskan juga oleh Gridder dalam Mellana bahwa perempuan telah diajarkan oleh lingkungannya untuk meyakini bahwa fisik merupakan sumber daya tariknya. Daya tarik fisik perempuan merupakan kebanggaan sendiri dalam bermasyarakat, sehingga perempuan dapat mendapatkan kelompok dan teman dalam

bergaul, serta saat ini dalam profesi sebagai SPG kecantikan dijadikan modal awal sebagai syarat untuk bisa bekerja sebagai SPG. Menurut gambaran dari skema diatas dijelaskan bahwa modal fisik merupakan awal dari SPG BO dalam membangun relasi dan jaringan dirinya untuk bekerja dengan adanya fisik yang menarik membuat dirinya dapat membangun dan meningkatkan modal ekonominya, maka dari itu ada SPG BO yang rela melakukan operasi plastic dibagian tubuh tertentu agar dapat terlihat menarik. Relasi yang dibangun oleh SPG BO tersebut dapat tercipta dengan adanya penampilan dari SPG BO tersebut, dengan relasi yang timbal balik saling menguntungkan membuat dirinya bisa membangun modal ekonomi dirinya tersebut kearah yang lebih baik lagi.

#### **4.3. Konsumerisme sebagai Faktor Pendorong SPG Melakukan BO**

Hadirnya globalisasi membuat adanya pintu masuk bagi berbagai produk dari luar negeri serta kebudayaan baru dari luar negeri yang diperkenalkan lewat teknologi dan media yang ada di Indonesia saat ini. Banyaknya pilihan produk membuat masyarakat mempunyai banyak pilihan yang dimana hal tersebut menjadikan mereka menjadi lebih konsumtif, memang banyaknya pilihan tidak serta merta membuat masyarakat langsung dikatakan sebagai masyarakat konsumtif, tapi dengan banyaknya pilihan tersebut masyarakat menjadi membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu mereka butuhkan.

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam kehidupannya. Saat ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap

materi sebagai suatu hal yang mendatangkan kepuasan bagi mereka. Dengan mereka mempunyai materi mewah yang bisa menunjukkan identitas diri mereka sebagai individu yang eksklusif atau yang membuat statusnya lebih tinggi daripada yang lain.

Dengan berbagai kemudahan dan pilihan yang semakin banyak dan beragam, serta pengaruh trend/mode barat yang dianut sebagian besar masyarakat yang sedang berkembang, hal ini menjadi tidak mengherankan jika peluang terjadinya perubahan perilaku masyarakat menjadi semakin nyata terlihat di masyarakat. Kontak budaya dari negara asing juga menjadi salah satu faktor pendorong masyarakat berperilaku konsumtif, karena budaya asing yang dibawa oleh globalisasi dilihat sebagai budaya modern yang paling terkini atau yang paling *up to date*, hal ini menyebabkan berubahnya pola hidup masyarakat menjadi cenderung mengikuti dan berkiblat budaya/gaya hidup budaya asing tersebut. (Akibat dari hal tersebut dapat terlihat dengan jelas, masyarakat menjadi lebih suka membeli barang-barang kebutuhan yang pada dasarnya kurang mereka butuhkan dengan alasan mengikuti trend/gaya hidup kekinian, sebagai pemuas diri, serta sebagai penguat identitas mereka yang “masyarakat kekinian”. Demi membeli barang-barang tersebut mereka rela melakukan apa saja, termasuk dengan menjual diri yang jelas melanggar hukum serta norma dan nilai yang berlaku di masyarakat.

Pada awalnya SPG memang dituntut berpenampilan menarik agar dapat menarik perhatian dari konsumen yang akan membeli produk yang mereka tawarkan. Alasan SPG harus selalu tampil menarik membuat mereka selalu memperbaiki penampilan mereka, baik penampilan fisik, gaya busana, maupun sikap. Kebutuhan

akan perbaikan penampilan ini yang akhirnya menjadi suatu kebiasaan dan menjadi suatu “syarat” utama untuk memasuki profesi ini. Adanya kebiasaan di kalangan SPG untuk tampil semenarik mungkin cenderung membuat mereka memiliki suatu perilaku konsumtif, yang artinya perilaku konsumtif yang kemudian menjadi gaya hidup mereka yang tidak lain ditunjukkan agar mereka mendapatkan *prestige* dan penghargaan dari lingkungan sekitar mereka.

Perilaku membeli yang dilakukan oleh SPG ini semata-mata bukan karena memang mereka membutuhkan produk tersebut. Namun mereka membeli barang-barang mewah tidak lain karena gaya hidup mereka yang memang konsumtif, serta untuk mendapatkan kepuasan diri dari SPG itu sendiri.

Tingkat daya beli seseorang khususnya SPG terkait dengan tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, serta tingkat pekerjaan dari individu tersebut. Dampak dari adanya perbedaan tingkat pendapatan, pekerjaan, serta pendidikan menjadi sebuah status sosial dalam masyarakat. Status sosial menimbulkan rasa gengsi yang ditunjukkan kepada kelompoknya. Perilaku konsumsi pun terjadi semakin meningkat karena mereka ingin meningkatkan status sosial mereka.

Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh SPG tersebut berkembang menjadi sebuah gaya hidup tersendiri. Perilaku konsumtif ini yang dipengaruhi oleh kebutuhan SPG itu yang semakin banyak dan beragam serta munculnya gengsi terhadap SPG lainnya, mereka rela melakukan apa saja agar status sosial mereka di mata orang lain tetap tinggi, dengan mengerjakan pekerjaan sampingan yang mempunyai penghasilan yang lebih besar daripada gaji utama mereka sendiri,

menjadi SPG BO merupakan salah satu solusi yang diambil para SPG dalam mendapatkan pendapatan yang besar untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka. Hadirnya budaya konsumtif tersebut disini menimbulkan varian baru dari penyakit masyarakat yang paling tertua yaitu prostitusi. Prostitusi yang merupakan sebuah fenomena yang telah ada sejak dahulu kala memang sulit untuk diberantas karena seks merupakan sifat dasar manusia yang diciptakan dengan mempunyai hawa nafsu.

Perilaku konsumtif memang tidak menyalahi aturan dan tidak dianggap menyimpang dari masyarakat asalkan tidak melewati batas norma serta nilai yang berlaku di masyarakat, namun cara SPG BO dalam memenuhi gaya hidupnya tersebut dengan cara menjual diri mereka merupakan sebuah penyalahan dan dianggap perilaku menyimpang di masyarakat. Gaya hidup dari SPG BO itu sendiri yang memang berada pada lingkungan dimana dirinya terpengaruhi untuk dapat melakukan tindakan kriminal seperti melakukan prostitusi. Penyimpangan disebabkan karena situasi dan kondisi yang mendukung dirinya melakukan tindakan prostitusi tersebut, di satu sisi dirinya memang ingin memiliki penghasilan besar untuk memenuhi gaya hidupnya, serta di sisi lain dirinya dihadapkan dengan adanya batasan yang harus ia hiraukan dan ia langgar, maka dari itu terjadilah perilaku menyimpang di kalangan SPG BO tersebut.

“Ya dipake buat shopping paling sih, sama ke jalan-jalan aja, banyak deh buat make up aku aja mahal-mahal.”<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Hasil wawancara dengan informan F pada 17 April 2015 pukul 15.00 sampai dengan 17.00

Dari pernyataan informan diatas dapat diketahui bahwa penggunaan uang hasil yang didapat dari SPG BO digunakan untuk berbelanja dan dipakai untuk memuaskan gaya hidup dirinya yang menunjukkan bahwa dirinya sudah berada pada status sosial yang tinggi dan dirinya ingin terus mempertahankan status sosialnya tersebut.

“Pas dilabrak sih langsung terbesit buat berhenti, tapi ya gimana banyak cicilan, kan dulu aku belum jadi model kan, aku bisa jadi model juga dari BO ini dulu sempet ada yang nawarin aku, ya makanya sekarang aku lanjut terus, ya gimana kan itu termasuk salah satu konsekuensinya juga kerja ginian, jadi yaa jalanin aja lah”

57

Dari pernyataan SPG NT diatas juga dapat terlihat bahwa dirinya memang sempat muncul niat untuk berhenti saat dirinya diketahui oleh keluarga salah satu klien yang membokingnya, namun dengan alasan gaya hidup dirinya terus melanjutkan pekerjaan sebagai SPG BO tersebut, tanpa menghiraukan akan norma dan nilai yang memang sudah ia langgar didalam masyarakat dengan memenuhi gaya hidupnya dirinya tersebut.

Menurut teori *differential association* yang dikemukakan oleh oleh Edwin H. Sutherland, bahwa kejahatan yang dilakukan oleh pelaku adalah hasil dari proses pembelajaran sosial yang didapatkan dari proses interaksi yang terjadi di lingkungan pergaulannya dan bukan hasil perilaku yang diturunkan atau diwariskan secara genetis. Proses interaksi tersebut terjadi melalui komunikasi dengan lingkungan

---

<sup>57</sup> Hasil wawancaradengen informan NT pada 17 April 2015 pukul 15.00 sampai dengan 17.00

pergaulannya atau kelompoknya, baik yang bersifat lisan maupun menggunakan simbol-simbol atau bahasa isyarat yang hanya dimiliki oleh kalangan mereka saja.<sup>58</sup>

Sutherland menjadikan pandangannya sebagai teori yang dapat menjelaskan dapat terjadinya penyimpangan. Edwin H. Sutherland menguraikan differential association dalam dua versi. Pada versi yang pertama Sutherland menjelaskan bahwa penyimpangan terjadi tidak hanya melalui pergaulan dengan orang yang menyimpang juga yang akan menyebabkan seseorang tersebut melakukan tindakan menyimpang, namun proses komunikasi dengan orang lain juga menjadi salah satu yang terpenting yang membentuk individu tersebut melakukan penyimpangan. Pada versi yang kedua ditekankan bahwa semua tingkah laku itu dipelajari, tidak ada penyimpangan yang diturunkan oleh orang tua.

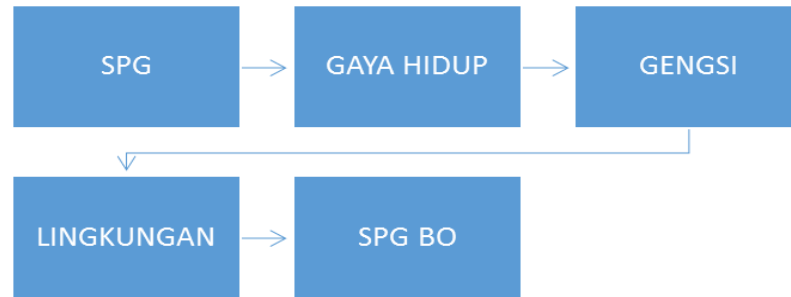
Pada teori tersebut dapat dilihat bahwa penyimpangan yang dilakukan oleh SPG BO diakibatkan oleh adanya pola interaksi dari lingkungan SPG tersebut yang membuat SPG tersebut dapat terjun kedalam bisnis SPG BO tersebut, adanya penawaran nilai upah yang besar serta adanya oknum-oknum agensi yang bermain didalamnya semakin mempermudah terjadinya penyimpangan tersebut, pergaulan diantara para SPG yang saling menunjukkan gengsi satu sama lain juga menjadi salah satu pendorong terjadinya penyimpangan tersebut.

---

<sup>58</sup> Jurnal dari Dwi Sandi Nafia, mahasiswa UI 2009, Jurusan Kriminologi <http://journal.ui.ac.id/index.php/jki/article/viewFile/1259/1164>, diakses pada 7 Desember 2015 pada pukul 20.30



**Skema 4.2**  
**Proses Mempengaruhi SPG BO**



Sumber: Hasil Olah Penulis, 2015

Pada skema 4.2 dapat terlihat bahwa awalnya seorang seseorang bekerja sebagai SPG untuk memenuhi kebutuhan namun seiring dengan pengaruh lingkungan tempat ia berada, kebutuhan SPG tersebut semakin berubah. SPG tersebut mengambil gaya hidup yang seperti apa, pada kasus SPG BO ini SPG tersebut mengikuti gaya hidup yang kebarat-baratan, yang dimana gaya hidupnya cenderung mewah dan pergaulannya yang berada pada pergaulan anak muda masa kini, dimana klub-klub malam sudah menjadi hal yang biasa dan minuman berakohol seakan akan menjadi hidangan wajib baginya. Gaya hidup yang tinggi tentu tidak bisa dicukupi dengan bergantung pada bayaran dari SPG saja yang dimana bayaran nya berkisar diantara 1 juta hingga 3 atau 4 juta per *event*.

Gaya hidup yang tinggi membutuhkan modal jutaan hingga puluhan juta rupiah, dari lingkungannya pun SPG BO yang berada pada lingkungan yang berkalangan menengah keatas muncul perasaan gengsi ingin memiliki barang mewah, dan muncul perasaan tidak mau mengalah dengan SPG lain yang memiliki barang

mewah, serta ingin terus up to date agar status sosialnya di mata orang lain tetap tinggi.

Profesi sebagai SPG BO yang menawarkan bayaran lebih banyak dan pekerjaannya pun relatif ringan dan bahkan memang berada pada dunianya, misalnya diboking untuk menemani pesta-pesta di suatu klub malam memang menarik bagi kalangan SPG dengan gaya hidup mewah, dengan begitu dirinya mau masuk ke dalam SPG BO asalkan gaya hidup mewahnya tetap bisa ia nikmati.

#### **4.4. SPG BO sebagai Perilaku Menyimpang**

Pada bagian ini akan diuraikan bagaimana SPG BO sebagai sebuah perilaku menyimpang di masyarakat, karena sesungguhnya profesi sebagai SPG merupakan sebuah profesi yang awalnya bertujuan untuk membantu melakukan pemasaran, namun dengan adanya pola perilaku dan budaya konsumtif yang masuk membuat adanya penyimpangan didalam profesi ini.

Penggunaan pakaian yang menggoda, para SPG yang sering menggoda agar mendapatkan perhatian dari konsumen, memakai make up yang sedikit berlebihan, menjadi dasar masyarakat menilai langsung negatif terkait dengan profesi SPG ini, dengan adanya profesi sebagai SPG BO ini juga makin memperkuat persepsi masyarakat terkait dengan profesi SPG sebagai profesi yang negatif atau merupakan profesi yang menyimpang yang ada di masyarakat.

Melalui konsep “kepanikan moral” dan perluasan penyimpangan dari Cohen dan Young mengutarakan bahwa media berperan penting dalam menciptakan dan

melanggengkan penyimpangan subkultur anak muda.<sup>59</sup> Pada konsep tersebut dapat terlihat bahwa penyimpangan dapat semakin terjadi dan meluas akibat adanya media yang semakin tidak bisa dibendung karena adanya arus globalisasi juga, jadi dilain pihak media terus mempermudah terjalannya jaringan SPG BO, dan di satu pihak lainnya melalui media juga SPG BO ini semakin dikenal masyarakat yang menyebabkan stigma negatif dari masyarakat terkait profesi SPG terus menguat dan semakin meluas sampai dengan saat ini.

Dari hasil wawancara beberapa informan menunjukkan bahwa dirinya terjun langsung ke dalam bisnis SPG BO tidak lain adalah adanya faktor ekonomi baik itu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya maupun dalam memuaskan kebutuhan untuk gaya hidupnya. SPG BO berada pada lingkungan yang status sosialnya menengah ke atas, pergi ke bar, restoran mahal serta penggunaan barang mewah, tas bermerek terkenal, serta make up mahal tidak lain adalah untuk membentuk identitas dirinya. Identitas dirinya yang ia anggap berada pada status sosial yang tinggi maka dari itu ia harus menyesuaikan bagaimana cara berpenampilan dirinya yang ia anggap dirinya sebagai wanita sosialita.

Berdasarkan dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa SPG BO memaknai profesi yang dibangun oleh SPG BO dapat membentuk peran dirinya menjadi seperti apa, namun dengan adanya batasan-batasan nilai dan norma yang SPG BO itu lewati batas maka itu adalah perbedaan dirinya di mata masyarakat.

---

<sup>59</sup>Chris Barker Op. Cit .,hlm 357

“aku sih sekarang ga peduli dengan masyarakat tentang pekerjaanaku gini. Ya namanya juga usaha buat makan, apa aja profesinya aku ambil aja mas”<sup>60</sup>

Dari hasil wawancara dengan informan CC tersebut dapat terlihat bahwa dirinya memang bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, kehidupan perekonomiannya, namun bidang profesi yang diambilnya yang tidak bisa dimasyarakat membuat identitas sosial dirinya dianggap sebagai penyakit atau penyimpangan di masyarakat, karena profesi yang ia geluti merupakan profesi yang dimana masyarakat masih menganggap prostitusi sebagai profesi yang tidak biasa atau melanggar nilai serta norma yang dianut oleh negara Indonesia, dan dirinya pun memang sadar dengan profesinya tersebut merupakan menyimpang di masyarakat, namun dengan menghiraukan apa yang dipersepsikan oleh masyarakat kepada dirinya ia tetap melanjutkan pekerjaan tersebut agar tidak terlindas oleh arus ekonomi yang mengikatnya.

Kehidupan SPG BO yang mewah serta lingkungan dirinya yang berada pada lingkungan dimana dirinya terbentuk seperti apa dirinya memaknai profesi dirinya tersebut, hal tersebut menarik jika dilihat dari kehidupan SPG BO. SPG BO merupakan individu yang berada pada lingkungan dimana dirinya dianggap sebagai wanita yang berstatus sosial tinggi, wanita yang sexy dimata orang lain serta wanita yang berbeda dari orang lain di lingkungannya, maka dari itu pengaruh dari gaya hidup dan gengsi yang membentuk identitas diri SPG tersebut di lingkungannya, untuk menunjukan dan membedakan siapa dirinya di lingkungan tersebut.

---

<sup>60</sup> Hasil wawancara dengan informan CC pada 17 April 2015 pukul 15.00 sampai dengan 17.00

SPG BO yang menganggap dirinya merupakan wanita berstatus tinggi, wanita yang cantik dan menarik, serta wanita yang bertubuh *sexy* membuat dirinya terpengaruhi untuk membentuk ciri fisik yang menawan dan menarik untuk mencapai dan mempertahankan identitas dirinya tersebut dan bergaya dengan sesuai dengan identitas dirinya, yang kesemuanya itu membuat dirinya berbeda dengan orang lain yang berada atau tidak berada pada lingkungan dirinya, jadi SPG BO memaknai profesi sebagai BO adalah sebagai jalan yang membuat dirinya dapat meningkatkan status, ekonomi, serta peran dirinya, dalam wawancara dapat diketahui bahwa mereka tahu bahwa profesi mereka tersebut diluar dari batasan-batasan yang ada di masyarakat, namun demi suatu hal yang ingin dicapai dari SPG itu sendiri, maka profesi SPG BO ini masih dianggap sebagai profesi yang menjanjikan peningkatan kualitas hidup dirinya.

Menurut Kartini Kartono perilaku terbagi menjadi dua, yaitu perilaku normal dan perilaku *abnormal* atau perilaku menyimpang. Tingkah perilaku normal merupakan tingkah laku yang diterima oleh masyarakat, atau perilaku yang sesuai dengan pola dan norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat tersebut. Sedangkan perilaku yang abnormal atau menyimpang merupakan perilaku yang umumnya berada di luar norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat dimana ia tinggal, atau perilaku yang tidak bisa diterima oleh masyarakat karena tidak sesuai dengan nilai, norma dan adat yang berlaku.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Kartini Kartono, *Patologi Sosial 2: Kenakalan Remaja*. Jakarta: Rajawali Press, 1992, hlm 13

Penyimpangan perilaku dalam kehidupan kita sangatlah dekat atau dengan kata lain penyimpangan perilaku sadar atau tidak pasti pernah kita lakukan. Penyimpangan perilaku merupakan suatu perilaku yang oleh sejumlah besar orang dianggap sebagai hal yang tercela atau diluar dari batas toleransi pada masyarakat yang ada disekitarnya, jadi dapat dikatakan perilaku menyimpang adalah perilaku dari para warga masyarakat yang dianggap tidak sesuai dengan kebiasaan, tata aturan atau norma sosial yang berlaku. Secara sederhana kita dapat mendefinisikan bahwa seorang berperilaku menyimpang apabila menurut anggapan sebagian besar masyarakat perilaku seseorang tersebut diluar kebiasaan, adat istiadat, aturan, nilai-nilai, serta norma-norma sosial yang berlaku.

Menurut James Vender Zanden penyimpangan perilaku yang oleh sejumlah besar orang dianggap sebagai hal yang tercela dan diluar batas toleransi.<sup>62</sup> Perilaku menyimpang dapat diartikan sebagai setiap perilaku yang tidak berhasil menyesuaikan diri dengan kehendak-kehendak kelompok tertentu dalam masyarakat, dengan patokan-patokan yang telah ditetapkan oleh masyarakat.<sup>63</sup>

Sedangkan menurut M.Z. Lawang, penyimpangan perilaku merupakan semua tindakan yang menyimpang dari norma-norma yang berlaku dalam suatu sistem sosial dan menimbulkan usaha dari pihak yang berwenang dalam sistem itu untuk memperbaiki perilaku menyimpang tersebut.<sup>64</sup>

---

<sup>62</sup> Taufiq Rohman Dhohiri, dkk., *Sosiologi*, (Jakarta:Yudhistira,2003), hlm 126

<sup>63</sup> *Ibid.*,

<sup>64</sup> Hanneman Samuel, *Sosiologi 1*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hlm 64

Berdasarkan konsep yang telah dijelaskan profesi ini termasuk kedalam penyimpangan perilaku bukan kriminalitas karena mereka memang melanggar batasan-batasan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat namun mereka tidak merugikan masyarakat secara umum yang dimana jika mereka melakukan hal tersebut barulah profesi ini dapat dikatakan sebagai kriminalitas. Apa yang mereka lakukan adalah akibat dari komunikasi yang terjalin dan lingkungan dimana tempat mereka bekerja berada pada cangkupan yang menyimpang, maka dari itu mereka terjun kedalam profesi sebagai SPG BO tersebut seperti apa yang dikatakan oleh teori *differential association* yaitu penyimpangan yang dilakukan oleh mereka tidak diwariskan dari keluarga mereka, melainkan dari komunikasi yang terjalin dengan sesama pelaku penyimpang tersebut.

Permasalahannya terhadap masyarakat adalah dengan adanya profesi BO tersebut memunculkan persepsi masyarakat yang negatif, dari segi penampilan saja yang dirasa tidak sesuai dengan budaya indonesia membuat masyarakat mengambil sebuah persepsi bahwa profesi sebagai SPG tersebut adalah profesi yang salah atau melanggar norma, ditambah lagi dengan adanya profesi BO tersebut membuat masyarakat semakin melabelling profesi sebagai SPG adalah kedok yang digunakan untuk menjalankan profesi prostitusi.

#### **4.5. Penutup**

Globalisasi hadir di satu sisi membawa dampak positif dengan beralasan kemajuan, globalisasi mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas,

baik itu demi meningkatkan hubungan, atau meningkatkan perekonomian, dan lain-lain, namun di balik adanya dampak positif yang diberikan oleh adanya globalisasi, dampak negatif juga ikut terbawa oleh adanya globalisasi ini, membuat masyarakat menjadi konsumtif, dan merubah pola perilaku masyarakat, serta gaya hidup masyarakat menjadi beberapa dampak yang negatif yang dibawa oleh globalisasi, memang hal tersebut tidak langsung bisa dikatakan negatif, namun budaya asing yang masuk ke negara ini yang tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat itulah yang membuat globalisasi dikatakan juga membawa dampak negatif bagi suatu negara.

Pada bahasan SPG BO ini adanya perubahan pola perilaku masyarakat yang menjadi konsumtif membuat masyarakat menjadikan sebuah gaya hidup, demi memenuhi hasrat memenuhi gaya hidupnya masyarakat rela melakukan apa saja demi tetap dapat dapat menikmati gaya hidupnya tersebut. Prostitusi yang memang tindakan kriminal di negara ini menjadi salah satu cara yang diambil demi dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.

Pada konteks SPG BO ini modal fisik menjadi penting dalam menjalankan profesinya, karena melalui penampilan yang menarik serta fisik yang menarik ini para SPG BO tersebut bisa membangun suatu relasi dan jaringan sosial diantara dirinya dengan agensi dengan meluasnya jaringan tersebut semakin meluas juga kesempatan SPG BO ini bisa melakukan *social climbing* atau bisa meningkatkan perekonomian mereka, dengan mereka yang memiliki penghasilan yang besar memungkinkan juga bagi mereka untuk memenuhi hasrat mereka dalam memenuhi gaya hidup mereka.



Perilaku menyimpang mereka yang mereka dapatkan tidak lepas dari faktor lingkungan yang mempengaruhi mereka, lingkungan yang dekat dengan dunia malam dan pesta membangun identitas diri mereka yang menjadikan mereka seperti apa, dengan adanya mereka di kalangan kelas menengah ke atas itu membuat mereka mau menjadi SPG BO demi bisa terus berada di dalam status sosial yang telah mereka dapatkan, dengan demikian mereka memaknai profesi mereka memang melakukan tindakan penyimpangan, karena tindakan mereka yang melanggar hukum, namun demi tetap dapat menikmati gaya hidup mereka tidak mengindahkan atau menghiraukan persepsi orang terkait dengan profesinya, dengan demikian mereka memaknai bahwa profesi mereka tersebut sebagai salah satu penunjang perekonomian diri mereka, namun hal tersebut justru membuat masyarakat membuat sebuah pelabelan secara menyeluruh bahwa profesi SPG tersebut merupakan profesi yang menyimpang di masyarakat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pemasaran suatu produk pada saat ini diperlukan oleh beberapa aktivitas yang melibatkan berbagai sumber daya. Keterlibatan sumber daya alam disini mengarah pada sumber daya untuk mengelola suatu produk agar dapat diterima oleh masyarakat. Aktivitas promosi saat ini sudah menjadi suatu keharusan menggunakan jasa SPG.

Kehadiran SPG pada suatu ajang promosi atau suatu *event* bertujuan untuk menarik konsumen agar dapat menjadi konsumen dari produk tersebut baik dengan jangka pendek atau menjadi pelanggan tetap. Kemampuan berkomunikasi, berpenampilan menarik serta cara berbicara dan cara mengajak yang halus menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk dapat terbujuk oleh rayuan SPG, maka dari itu penampilan, perawatan tubuh, serta kecantikan, atau bahkan bentuk tubuh sangat diperhatikan bagi profesi SPG ini. Penggunaan pakaian yang cenderung menonjolkan lekuk tubuh serta cara membujuk yang cenderung menggoda terbilang efektif untuk menarik minat dari calon pembeli. Mendasari hal tersebut produsen-produsen bahkan banyak yang berani menyuruh atau memeberikan pakaian kostum untuk SPG tersebut yang cenderung terbuka dengan tidak menghiraukan banyak persepsi orang terkait

profesi SPG yang akan di labeling negatif nantinya, dengan iming-iming bayaran yang lumayan besar banyak kalangan muda yang tertarik ingin menjadi seorang SPG.

Perekrutan SPG pada saat ini tidak sembarang orang dapat menjadi SPG, terdapat kriteria-kriteria yang diterapkan oleh agensi dan perusahaan agar bisa menjadi SPG, kecantikan, tinggi tubuh, berat badan proporsional, menjadi syarat-syarat utama dalam melakukan perekrutan. Selain itu SPG juga diharuskan memiliki keterampilan komunikasi yang baik agar dapat memperkenalkan dan mempromosikan produk dengan jelas kepada calon konsumen.

Sebagai *frontline* dari suatu perusahaan dalam memasarkan produk mereka, SPG yang memang diharuskan berpenampilan menarik mata konsumen tidak jarang mendapatkan ajakan-ajakan dari konsumen untuk melakukan tindakan prostitusi, dengan bayaran yang ditawarkan lebih besar daripada bayaran yang didapat dari bekerja sebagai SPG itu sendiri membuat banyak dari kalangan SPG mau menerima ajakan tersebut untuk menjadi SPG BO, memang tidak semua SPG dapat dijadikan sebagai SPG BO namun jika SPG tersebut memang ingin menerima ajakan BO, terdapat ciri yang dapat dikenali oleh konsumen, seperti pakaian yang terlihat berbeda atau lebih seksi daripada kostum yang lain, mudah memberikan nomor telepon atau pin, atau mudah menerima ajakan dari konsumen menjadi dasar ciri SPG tersebut dapat diboking, peran serta agensi dalam memasarkan SPG BO ini juga menjadi salah satu faktor semakin berkembangnya dan meluasnya profesi SPG BO ini.

Tuntutan gaya hidup tinggi yang dianut oleh sebagian besar SPG menjadi salah satu faktor juga SPG tersebut mau terjun kedalam SPG BO, tidak mau kalah

saing dengan SPG lain, serta lingkungan dirinya yang berada pada lingkungan SPG BO yang memang dapat dikatakan sebagai kelompok yang berbeda karena kelompok tersebut tidak berada pada kelompok yang bisa diterima oleh masyarakat. Di dalam kelompok tersebut gengsi menjadi salah satu pendorong SPG BO terus menerus bergaya agar terus berada di status sosial yang tinggi, gengsi yang ada dalam diri SPG BO tersebut membuat dirinya rela melakukan prostitusi demi memuaskan hasrat dirinya dalam memenuhi gaya hidupnya. Perilaku tersebut telah melewati batasan nilai dan norma yang dianut oleh masyarakat Indonesia sampai dengan saat ini, maka dari itu SPG BO dapat dikatakan adalah sebuah penyimpangan perilaku yang dilakukan oleh individu karena tidak berada pada nilai dan norma yang dianut oleh budaya bangsa Indonesia, dan dalam teori differential association SPG tersebut telah salah dalam menentukan pergaulannya, karena pergaulannya tersebut membawa dirinya kedalam ranah kriminal.

## **5.2 Saran**

Bagi perusahaan dan agensi yang memang memperkerjakan SPG seharusnya memperhatikan lagi SPG yang bernaung di perusahaannya agar tidak memberikan pakaian yang memang menggoda dan memberikan pendidikan lagi terkait dengan profesi SPG yang baik dan benar, dan memberikan sanksi bagi yang melakukan prostitusi di dalam perusahaan atau agensi mereka, karena secara tidak langsung perusahaan tersebut akan dianggap jelek dan negatif oleh masyarakat Indonesia

karena menyediakan dan memperbolehkan adanya praktik prostitusi yang dilakukan diperusahaanya tersebut.

Bagi perusahaan dan agensi yang memang sudah melakukan praktik SPG BO tersebut ada baiknya mengurangi dan mencari pekerjaan yang lebih halal, karena selain melanggar hukum, norma, dan nilai, pekerjaan SPG BO ini juga mencoreng semua SPG yang tidak termasuk kedalam SPG BO tersebut, dengan demikian secara universal masyarakat langsung melabelling bahwa semua profesi SPG hanya sebagai kedok saja, bahkan jika ditarik lebih lanjut lagi bukan tidak mungkin bagi seseorang yang pernah bekerja sebagai SPG akan sulit diterima dimasyarakat nantinya.

Bagi SPG BO yang memang sudah menjadikan SPG BO sebagai profesi utamanya akan lebih baik jika bekerja dengan profesi lain atau jika sudah mendapat profesi lain seperti modeling lebih baik profesi SPG BO ditinggalkan, karena bukan saja mendatangkan keburukan bagi dirinya (tertangkap, ketahuan, menanggung malu, dan lain sebagainya) profesi sebagai SPG BO juga mendatangkan penyakit mematikan seperti penyakit kelamin AIDS dan lain sebagainya, yang diamana hingga dengan saat ini masih belum ditemukan penawarnya, maka dari itu akan lebih baik bekerja dengan keringat dan menghasilkan uang secara halal dibandingkan dengan bekerja yang mendatangkan penyakit serta keburukan-keburukan yang lain.

Bagi negara dan penyelenggara *event* ada baiknya lebih memperketat lagi aturan tentang prostitusi yang dilakukan di suatu *event* tersebut, karena bagi penyelenggara *event* hal tersebut bukan saja mendatangkan omongan yang negatif, hal ini bisa saja membuat *event* tersebut ditiadakan untuk selamanya karena adanya

praktik prostitusi tersebut, ada baiknya penyelenggara *event* memperketat aturannya dan jika ditemukan praktik prostitusi didalam *event* tersebut ada baiknya perusahaan atau agensi tersebut dikeluarkan atau di *blacklist* dari *event* tersebut agar menimbulkan rasa jera bagi pelakunya.

Bagi negara ada baiknya lebih memperhatikan dan memperjelas lagi hukuman bagi prostitusi, memang prostitusi tidak bisa secara langsung dibersihkan secara menyeluruh sampai ke akarnya, namun dengan adanya kejelasan dan ketegasan dari peraturan yang dibuat akan membuat pelaku prostitusi berpikir dua kali untuk melakukan tindakan pidana tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ales, S, Nitisemito. 2001. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Andre, Hardjana. 2013. *Konsumerisme dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Unika Atma Jaya.
- Anwar, Yesmil dan Adang. 2010. *Kriminologi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- B.,Simandjuntak. 1981. *Beberapa Aspek Patologi Sosial*, Bandung: Alumni.
- Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies*. Terjemahan Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- C. S. T. Kansil. 1999. *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Chaney, David. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Terjemahan Nuraeni. Yogyakarta: Jalasutra
- Colleman, James. S. 2010. *Foundating of Social Theory (Dasar-dasar Teori Sosial)*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Nusa Media.
- Creswell, John.W. 2010. *Pendekatan kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- D, Soedjono. 1977. *Pelacuran Ditinjau dari Segi Hukum dan Kenyataan dalam Masyarakat*. Bandung: PT Karya Nusantara.
- Dhohiri, Rohman Taufiq, dkk. 2003. *Sosiologi*. Jakarta: Yudhistira.
- F. Milton, Hammer Usry Matz. 1990. *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian*, Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- H. Siregar. 1983. *Membedah Dunia Pelacuran Surabaya*. Jakarta: Grafiti Pers.
- Hannear, Samuel. 1997. *Sosiologi 1*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Hoigard Cecile Hariarti, dan Emmy Nur. 2008. *Tubuhku Bukan Miliku: Prostitusi,Uang, dan Cinta*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Kartono, Kartini. 1992. *Patologi Sosial 2: Kenakalan Remaja*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kauma, Fuad. 1999. *Sensasi Remaja di Masa Puber*. Jakarta: Kalam Mulia.
- Mangkunegara, Prabu, dan A.A. Anwar. *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Mellana. S, Anastasia. 2008. *Menjelajah Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKIS
- Mujiasih, Raharti. 2001. *Manajemen Penjualan dan Pemasaran*. Jakarta: Andy Offset.
- Rajamin, Bangun. 1989. *Hal-hal yang Menyebabkan Seorang Melakukan Prostitusi*. Jakarta: The LC Office
- Retnasih, Ratna. 2001. *Sales Promotion Girls dalam Berbagai Perspektif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soekanto, Soerjono. 1994. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sutrisno, Edy. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Brand Management Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset.

### **Skripsi, Jurnal dan Sumber Internet**

- D.S, Hidayati. 2014. *Peningkatan Relasi Sosial Melalui Social Skill Therapy pada penderita Schizophrenia Katatonil*. Jurnal Online Psikologi
- Elisa P, Reynold. 2008. *Praktek Pelacuran dan Penanganannya oleh Petugas Polsek Metro Gambir*. Depok: Universitas Indonesia.
- European Parliament Sexual Exploitation and Prostitution. 2014. ([http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/493040/IPOL-FEMM\\_ET%282014%29493040\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/493040/IPOL-FEMM_ET%282014%29493040_EN.pdf)) diakses pada tanggal 29 oktober 2015 pukul 20.35
- Kurniawan, Muhammad. 2008. *Pelacuran Kelas Menengah dan Penanganannya di Taman Sari*. Depok: Universitas Indonesia.
- Listiani Sri Mulia. 2013. *Makna Berdandan Bagi Perempuan*. Jurnal Online Psikologi



- Nafia, Dwi Sandi. 2009. Jurusan Kriminologi (<http://journal.ui.ac.id/index.php/jki/article/viewFile/1259/1164>) diakses pada 7 desember 2015 pada pukul 20.30
- Ramadhani. 2008. *Fenomena Prostitusi di kalangan SPG di bangkalan menggunakan pendekatan biografi*. Solo: Universitas Sebelas Maret.
- Susanto, Tantri. 2010. *Pandangan dari Sisi SPG Terkait Profesinya*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya)
- SPGevent78, "Membangun Karier sebagai SPG". (<http://www.SPGmodel.com>). diakses pada tanggal 12 Mei 2015 jam 22.00

## **Panduan Wawancara Penelitian**

*Oleh Rangga Try Wibowo*

### **“Fenomena *Booking Out* di balik Profesi sebagai Sales Promotion Girl”**

1. Gunakan pedoman wawancara untuk mencari informasi selama wawancara kualitatif
2. Gunakan tulisan tangan, catatan lepas, voicenote, dan kamera digital untuk mencatat informasi.
3. Pencatatan sumber dokumen-dokumen dan visual dapat didasarkan pada struktur catatan peneliti
  - a. Struktur catatan merefleksikan informasi tentang isi dokumen atau material lain, termasuk ide-ide kunci dokumen.
  - b. Tulis dalam catatan apakah informasi dalam document tersebut merupakan material primer (informasi dari subjek dan situasi yang dikaji). Atau materi sekunder (informasi tangan kedua- subjek dan situasi yang ditulis oleh orang lain).

#### **I. Pertanyaan Bagi Agensi**

##### **A. Profil**

1. Nama:
2. Usia:-
3. Agama:-
4. Deskripsi secara singkat kegiatan pekerjaan:

##### **B. Pertanyaan seputar Agensi SPG**

1. Sejak Kapan bekerja sebagai Agensi SPG?	Taksonomi
2. Apa sih alasan utamanya mau ngebuat komunitas gitu?	Latar belakang komunitas
3. Memangnya edukasi seperti apa yang diberikan?	Latar belakang komunitas

4. Oia, sekarang kesibukannya sedang apa?	
5. Kan kita bahas tentang SPG nih, kalo boleh tau Bagaimana sih cara seorang agensi merekrut SPG?	Pola perekrutan SPG oleh Agensi
6. Apakah perbedaan agensi dengan perekrutan SPG yang lain?	Pola perekrutan dan keuntungan menggunakan jasa Agensi
7. Apakah pekerjaan ini ditetapkan sebagai pekerjaan utama?	
8. Maaf mas kalo boleh tau biasanya berapa sih potongan tariff fee untuk agensi yang dipotong dari fee SPG?	Penetapan tariff dan pemotongan
9. Oia, boleh tahu SPG itu jenis-jenisnya seperti apa saja sih?, jelaskan	Jenis SPG
10. Apakah yang dimaksud dengan booking out menurut mas dan gimana caranya SPG BO itu bisa dapet klien atau pelanggan yang booking?	SPG BO dan Motif
11. Gimana sih cara bedain SPG yang bisa di booking sama yang tidak?	Ciri-ciri SPG BO
12. Kenapa harus lewat agensi ?, kenapa tidak langsung saja ke SPGnya?	Keuntungan dan relasi yang terjalin antara Agensi SPG dan klien
13. Apakah ada jaringan yang terjalin dalam profesi ini, jika ya jelaskan?	
14. Bagaimana menyalurkan SPG booking out kepada klien?	Agensi sebagai jembatan yang

	menyalurkan klien dengan SPG BO
15. Apakah terdapat criteria khusus dalam perekrutan SPG BO?	Kriteria dan standar yang diterapkan agensi
16. Apakah setiap SPG bisa langsung dapat menjadi SPG BO ?, atau ada seleksi lagi?	Pola rekrutmen
17. Mengapa fenomena ini dapat terjadi dan bertahan?,apakah karena permintaan klien yang terus menerus meningkat atau terdapat alasan lain?	Hal yang menyebabkan keberlangsungan SPG BO
18. Apakah tariff yang dipakai berbeda-beda ?	Tarif SPG BO
19. Pengambilan/pemotongan untuk anda sekitar berapa persen dari SPG BO?	
20. Biasanya klien yang memesan BO berada pada kalangan apa?,apakah ada orang luar juga yang memesan?	Kalangan Klien
21. Apakah pekerjaan BO ini mengganggu pekerjaan SPG dalam melakukan penjualan (sebagai SPG) ?	

## II. Pertanyaan Bagi SPG

1. Kesibukan sekarang apa?	Taksonomi
2. Sejak kapan bekerja sebagai SPG?	
3. Apa alesannya?	Alasan menjadi SPG
4. Profesi sebagai SPG dijadikan sebagai profesi utama atau hanya sekedar	

sampingan saja?	
5. Dapet info darimana ?	Info pekerjaan SPG
6. Kira-kira pendapatan yang didapat dr SPG berkisar berapa?	Tariff SPG
7. Dipakai untuk apa?	
8. Apakah anda memilih-milihakan produk yang diperjual belikan?,misalkan seperti memilih menjadi SPG Mobil dibandingkan dengan SPG rokok?	
9. Mohon maaf sebelumnya, Menurut anda fenomena booking out sepertiapa/menurut pandangan anda booking out itu seperti apasih?	Persepsi dan pandangan SPG BO terkait profesinya
10. Mengapa tertarik?	Faktor yang menyebabkan dirinya tertarik terjun
11. Berapa lama kerja demikian?	
12. Apakah BO dijadikan profesi utama?	
13. Kalau boleh tahu bagaimanakah prosedur dan mendapatkan profesi ini, maksudnya prosedur menjadi SPG BO, apakah langsung diterima begitu saja?	Prosedur menjadi SPG BO
14. Apakah ada seleksi terhadap klien yang anda inginkan?	Seleksi SPG BO terkait klien
15. Biasanya klien BO itu lebih banyak dari kalangan apa?	Kalangan Klien SPG BO
16. Ada atau tidak konsumen yg bule, atau sampai sekarang lebih banyak yg lokal?	

17. Ada atau tidak sih syarat yang anda berikan untuk calon klien anda?	Syarat SPG BO terhadap klien
18. Biasanya jika sudah deal, lebih sering diajak kemana?, bar, mall, hotel	Lokasi pertemuan SPG dengan Klien
19. Jika lebih sering ke hotel apakah hotel mempengaruhi tariff?	
20. Mohon maaf, apakah ada gerak gerik dari klien jika ia menginginkan lebih (“berhubungan”)?	
21. Biasanya tau informasi ini darimana?,dari teman, agensi, komunitas, atau cari tahu sendiri?	Informasi SPG BO
22. Apakah anda terikat kontrak dengan agensi/klien?	
23. Apakah anda terdapat pelanggan/klien tetap?	
24. Apakah anda pernah ditawarkan untuk menjadi istri klien ?, jika ya bagaimana respon dan tanggapan anda?	
25. Maaf lagi sebelumnya, misalnya jika ada teman dan keluarga klien yg mengetahui hal demikian anda, bagaimana respon anda?	
26. Apakah ada klien yang menyakiti anda, dan apakah anda sempat terbesit niat untuk berhenti?	
27. Kalau boleh tahu penghasilan dari booking out itu sendiri berapa?	Tarif SPG BO

28. Apakah penghasilan dari BO lebih besar dari penghasilan dari SPG itu sendiri?	Motif SPG BO
29. Kalo boleh tau Pendapatan dari BO nya dipake buat apa ya?	Motif SPG BO
30. Mohon maaf sebelumnya, apakah keluarga atau kerabat terdekat tahu akan profesi anda, jika ya bagaimana tanggapan mereka?	





## RIWAYAT HIDUP PENULIS



Nama lengkap penulis adalah Rangga Try Wibowo, lahir di Jakarta pada tanggal 27 maret 1993. Putra ketiga dari enam bersaudara anak dari pasangan bapak Mardjuki dan ibu Delora Soeprpto. Saat ini penulis bertempat tinggal di Jl. Gebang Sari No. 89 RT 013 RW 03 Bambu Apus, Cipayang, Jakarta Timur. Pendidikan formal yang telah dijalani yaitu dimulai dari TK Nusa Indah, kemudian lulus dari SDN Percontohan 15 pagi pada tahun 2005. Pada tahun yang sama melanjutkan studi ke SMP Negeri Perguruan Cikini kemudian ke SMA Negeri 77 Jakarta dan lulus pada tahun 2011.

Pada tahun yang sama penulis melalui jalur SNMPTN tertulis diterima menjadi Civitas Akademika Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial, Jurusan Sosiologi, Program Studi Sosiologi Pembangunan. Selama masa kuliah penulis memiliki pengalaman terjun langsung ke lapangan pada kegiatan Kuliah Kerja Lapangan di desa Ciasmara, bogor selama 8 hari yang dimana pada kegiatan tersebut meneliti tentang peran bidan pada desa tersebut, lalu peneliti juga melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan pada bulan September sampai November 2014 di Sekretariat Negara Republik Indonesia pada bagian Asisten Deputi Pengaduan Masyarakat

CP : Ranggatry@gmail.com