

BAB III

KECANTIKAN SEBAGAI PENDUKUNG EKSISTENSI (SPG)

A. Deskripsi Umum Pertokoan Jl. Ahmad Yani Surabaya

Sebelum membahas hasil penelitian, peneliti mencoba menjelaskan salah satu pertokoan di Jl. Ahmad Yani Surabaya secara umum. Dalam hal ini peneliti lebih memfokuskan lokasi penelitiannya di salah satu pertokoan di Jl. Ahmad Yani Surabaya, mengenai data yang menjelaskan tentang keberadaan pertokoan di Surabaya ini peneliti dapatkan melalui internet dan pengamatan.

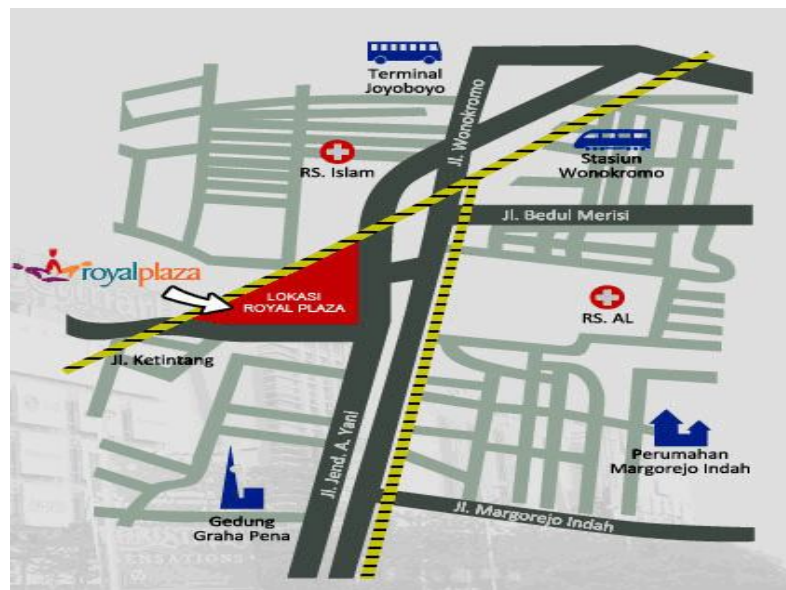
Pertokoan surabaya yang bertepatan di Jalan Ahmad Yani 16-18 Surabaya, ia merupakan milik PT Dwi Manunggal, Pakuwon Group Royal Plaza yang dibuka untuk umum pada tanggal 7 Oktober 2006. Pertokoan yang berdiri di atas lahan seluas 4,2 hektar dan luas bangunan 150 ribu meter persegi, merupakan pertokoan terlengkap yang berada di wilayah Surabaya Selatan. Ia mempunyai batasan-batasan sebagai berikut:

Sebelah Utara : berbatasan dengan Rumah Sakit Islam dan terminal Joyoboyo

Sebelah Selatan : berbatasan dengan gedung Graha Pena dan Jalan A. Yani

Sebelah Timur : berbatasan dengan RSAL Dr. Ramelan

Sebelah Barat : berbataan dengan Universitas Negeri Surabaya dan Jalan Ketintang.



Gambar 3.1. Peta lokasi pertokoan di Jl. Ahmad Yani Surabaya.⁴⁸

Pertokoan Surabaya yang memiliki daya tarik sendiri karena memadukan antara mall dengan *Trade Center*. Pertokoan ini tidak hanya menjadi sarana promosi, *shopping* dan *refreshing* saja, namun juga menyediakan tempat untuk berbagai kegiatan seperti *meeting*, *gathering*. Hal inilah yang dipadukan di pertokoan Jl. Ahmad Yani Surabaya.

Selain itu, lokasi pertokoan ini yang berada di pusat jantung kota Surabaya, membuatnya mudah diakses dari segala penjuru kota. Mereka yang ingin ke pertokoan ini dapat menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Banyak jenis kendaraan umum yang melintasi pertokoan ini.

⁴⁸ <http://maps.google.com+RoyalPlazaSurabaya>



Gambar 3.2. Suasana pertokoan Surabaya yang berada di Jl. Ahmad Yani no. 16-18 Surabaya yang terlihat dari depan.⁴⁹

Pertokoan ini memiliki 2 atrium di lantai ground yang di sewakan untuk *launching produk* maupun pameran. Sebagaimana yang terlihat pada gambar-gambar berikut⁵⁰:

- a. Atrium pertama yang berbentuk utama memiliki luas 375 meter persegi yang digunakan untk berbagai acara pameran maupun lainnya.
- b. Atrium kedua juga memiliki fungsi *selling* dan promo yang memiliki luIta 270 meter persegi.

Selain itu, di setiap lantainya terdapat area promosi seperti mustafa center yang memiliki konsep muslim dan di depannya ada Matahari Department Store.

Pertokoan yang ada di jalan ini seperti, Rumah Dennis, Rasyidah Alam, dian pelangi, Pasmira, dan lainnya. Selain busana muslim juga

⁴⁹ Duniamice.wordpress.com

⁵⁰ <http://duniamice.wordpress.com/2008/09/19/royal-plaza-surabaya/> diakses tanggal 28 mei 2013 pada pukul 11.46

menyediakan pakaian anak-anak sampai dewasa seperti, benhill, cute mode, 45 net, dan lain-lain. Disisi lain, pertokoan yang ada di jalan ini juga menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari seperti hypermart, lignea merupakan toko minyak wangi. Dengan banyaknya toko yang ada di jalan Ahmad yani menjadikan pertokoan ini banyak di minati para pengunjung.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Seperti telah peneliti jelaskan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah dari penelitian ini, peneliti melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Ada delapan informan yang berhasil peneliti wawancarai. Berikut hasil deskripsi dari penelitian ini:

1. Kecantikan menjadi Faktor Pendukung dalam Rekrutmen dan Pengembangan Karir SPG

Secara umum, perempuan cantik akan disukai banyak orang. Khususnya kecantikan fisik, merupakan nilai tambah bagi perempuan. kriteria fisik merupakan salah satu faktor penting dalam menilai kualitas perempuan. Bahkan penampilan fisik merupakan aspek yang harus didahulukan ketika menentukan kualitas diri perempuan. Akibatnya, sebagian perempuan melihat dirinya lebih pada sosok fisik. Untuk dapat menampilkan sesuai dengan yang disenangi lingkungannya.

Kecantikan dapat membawa keuntungan tersendiri bagi perempuan, Seperti yang dikatakan oleh Naomi Wolf, kecantikan merupakan sistem pertukaran seperti halnya standar emas. Kecantikan merupakan ekspresi dari realitas kekuasaan yang diberi harga oleh pemilik modal. Artinya kecantikan disini memiliki nilai yang sangat tinggi bagi perempuan. Hal ini sesungguhnya memperlemah posisi perempuan, khususnya dalam memasuki pasar tenaga kerja.

Ketika perempuan masuk dalam dunia kerja, ada semacam PBQ (*Professional Beauty of Qualification*) istilah lain dari kualifikasi

kecantikan profesional, merupakan standarisasi yang menjadi sebuah syarat bagi perempuan untuk memasuki lingkungan kerja dan proses promosi kerja.⁵¹ Hal ini dapat dilihat dalam kriteria yang disebutkan dalam pengumuman yang membuka lowongan bagi para perempuan misalnya tertulis, dibutuhkan SPG yang berpenampilan menarik serta modis.⁵²

Dari pernyataan di atas menjelaskan bahwa ketika perempuan masuk dalam dunia kerja, khususnya yang bergelut dibidang *marketing*, mempunyai ukuran kecantikan tersendiri. Walaupun terkadang tidak Ditampilkan dalam persyaratan lowongan kerja akan tetapi secara tidak langsung, hal itu sudah diterapkan ketika perempuan tersebut telah masuk dalam lingkungan kerja.

Berikut adalah beberapa bagian yang termasuk dalam faktor kecantikan yang mendukung rekrutmen dan pengembangan karir (SPG) diantaranya:

a. Berpenampilan Menarik

Berpenampilan menarik akan mempengaruhi perempuan itu sendiri. karena daya tarik perempuan menjadi hal utama untuk mengukur kebanggaan seorang perempuan terhadap dirinya sendiri dan mendapat pengakuan dalam lingkungan sosialnya. Dan hal itu pula yang bisa menyebabkan seorang perempuan memperoleh

⁵¹NaomiWolf, *Mitos Kecantikan*, Terjemahkan oleh Alia swastika (Yogyakarta: NIAGARA, 2004), hal. 57.

⁵²Lowongan persyaratan kerja peneliti lihat pada etalase di Royal Plaza Surabaya pada tanggal 10 juni 2013.

pekerjaannya. Jadi, ketika perempuan menunjukkan dirinya dengan berpenampilan cantik itu merupakan wujud dari usaha perempuan tersebut agar dimata orang lain mendapatkan kesan maupun respon yang baik pula.

Karena secara sosial, orang akan lebih tertarik untuk berinteraksi dengan orang yang terlihat menarik secara fisik. Hal ini terjadi karena kebanyakan orang dinilai karakternya berdasarkan penampilan fisik saja. Penampilan menarik menjadi sebuah kebutuhan ketika memasuki dunia kerja. Ini merupakan bentuk eksistensi diri para SPG ketika akan melalui sebuah rekrutmen dan pengembangan karirnya.

Seperti dalam pernyataan Neni, salah satu SPG accessories ketika menceritakan pengalamannya pertama masuk kerja di sebuah pertokoan:

Awal interview kerja memang tidak di singgung tentang cara berpenampilan, akan tetapi ketika saya sudah mulai kerja, taciknya sering mengkritik penampilan saya. Apalagi pas bagian wajah. Karena memang waktu itu saya hanya menggunakan make up ringan. Katanya tacik itu saya harus menggunakan full make up seperti menggunakan blush on lah, ato apalah yang memperlihatkan wajah terlihat menarik.

Hal ini di dukung juga oleh Dita salah satu SPG di toko baju ketika menceritakan pengalamannya saat masuk dalam pekerjaannya:

Yowes seperti biltaane mbak, nggowo surat lamaran kerjo, lek mltalah penampilan memang ga di sebutno nang lowongan kerja. Nang lowongan pekerjaan iku cuma disebutno jujur, terampil, tanggung jawab, minat kerja tinggi. tapi pas masuk kerja iku karo tacik'e seng nduwe toko, aq di kongkon dandan ben muka'e keliatan seger.

(Ya sudah seperti biasanya mbak, membawa surat lamaran kerja, kalau masalah penampilan memang tidak di sebutkan dalam lowongan kerja. Pada lowongan pekerjaan itu cuma di sebutkan jujur, terampil, tanggung jawab, minat kerja tinggi. Tapi ketika masuk kerja itu sama taciknya yang punya toko, saya di suruh dandan biar mukaku kelihatan segar).⁵³

Dari pernyataan Dita, dapat di lihat bahwa ketika seorang perempuan masuk dalam lingkungan kerja, kecantikan merupakan aspek penting yang harus di perhatikan juga. Karena menurut pemilik toko yang di sebutkan Dita dalam pengalaman kerjanya mengatakan bahwa ketika kita berinteraksi dengan banyak orang maka kesan pertama yang diperlihatkan adalah penampilan fisik. ketika penampilan fisik kita terlihat baik, maka akan menampilkan rasa percaya diri kita ketika sedang berinteraksi dengan orang lain.

Pernyataan Dita di pertegas oleh Ita, salah satu pemilik toko menyebutkan salah satu aturan di tempatnya bekerja, bahwa dia menegitakan kepada para SPG untuk menjaga penampilannya. Dia memberikan seragam kepada mereka yang bekerja. Ita tidak begitu memberikan standar kecantikan di tempat mereka bekerja, hanya saja dia menekankan bahwa make up juga perlu di lakukan oleh SPG agar muka mereka terlihat lebih segar ketika sedang bekerja.

Hal ini juga di ungkapkan oleh Ida ketika menceritakan pengalamannya dalam mencari seorang SPG. Sebagai berikut:

⁵³ Hasil wawancara dengan Dita pada tanggal pada tanggal 23 mei 2013 jam 13.25 di foodcourt

Lamaran pekerjaan, fotocopy ijazah SMA, KTP, diharuskan berjilbab, jujur, tanggung jawab. Untuk masalah cantik tidak terlalu dipermasalahkan akan tetapi tetap menjaga penampilan seperti berpakaian yang rapi trus menggunakan make up juga, masak perempuan gak bermake up ya paling tidak menggunakan bedak, lisptik gitu lah mbak. Saya tidak menuntut karyawan saya untuk berpenampilan menarik yang penting pandai berkomunikasi”⁵⁴.

Pemilik toko busana muslim ini memang tidak menekankan pada aspek kecantikan fisik akan tetapi lebih pada sifat dan tingkah laku yang baik. Menurut Ida, sifat jujur, bertanggung jawab, dan memiliki kepandaian dalam berkomunikasi merupakan hal penting yang harus ditekankan ketika memilih seorang SPG. Untuk masalah kecantikan fisik bisa diperbaiki dengan menggunakan Make up. Bagaimanapun juga penampilan tetap harus dijaga oleh para SPG.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tidak hanya kecantikan fisik yang ditekankan melainkan kecantikan dari dalam yang merupakan perilaku serta sifat yang baik, sehingga hal itu dapat memancarkan aura positif yang menambahkan kecantikan fisiknya. Itu semua dibutuhkan ketika dalam bekerja. Jadi menurut Ida, kecantikan fisik saja tidak cukup harus di imbangi dengan sifat dan tingkah laku yang baik juga.

Sedangkan menurut penuturan Septi salah satu SPG departmen store, kriteria yang ditetapkan di tempatnya bekerja adalah sebagai berikut

⁵⁴ Hasil wawancara dengan Ida pada tanggal 10 Juni 2013 jam 12.00

Ono standar pakaiane dhewe lek seragam dapet dari pihak tempatku kerjo mbak misale rok panjange nak ndukure lutut karo belah pinggir 3 cm kecuali seng bagian sepatung gawe celana panjang, stocking warna abu-abu, sepatu'e high 5-7 cm tapi saiki wes ganti aturan sepatu high 3 cm warna item seng ujunge tumpul, trus lek make up nggawe eye shadow warna abu-abu, blush on warna pink lek lipstick warna merah, rambut panjang disanggul balik kalo pendek kudu sebhahu di sisir rapi. Kuku harus bersih Lek 1 cincin 1 tangan. Anting gak oleh panjang, lek nggawe jam tangan seng bahane staintlis atau warna kuning emas.

(ada standar pakaian sendiri kalau seragam dapat dari pihak tempatku bekerja mbak misalnya rok dengan panjang diatIta lutut dengan belah rok pinggir 3 cm kecuali yang bagian shoes mengenakan celana panjang, menggunakan stocking warna abu-abu, sepatu dengan high 5-7 cm akan tetapi sekarang sudah ganti aturan sepatu high 3 cm warna hitam dengan ujungnya tumpul, menggunakan make up dengan eye shadow warna abu-abu, blush on warna pink serta lipstick warna merah. Sedangkan berpenampilan yaitu rambut panjang di sanggul balik sedangkan kalau pendek harus sebhahu dan di sisir rapi. Selain itu ada hal yang diperhatikan juga yaitu kuku harus bersih dan accesories tidak boleh memakai gelang dan kalung, untuk 1 tangan menggunakan 1 cincin. Anting tidak boleh panjang, Boleh memakai jam tangan tangan yang berbahan staintlis atau warna kuning emas).⁵⁵

Dari semua pernyataan informan menunjukkan bahwa penampilan menarik itu penting. Karena penampilan tampak sebagai satu wilayah, dimana perempuan menggunakan kemampuannya untuk menunjukkan bagaimana respon yang akan muncul terhadap diri mereka. Seringkali Mereka melihat kecantikan sebagai salah satu bagian yang di butuhkan dalam pekerjaan mereka, sehingga membuat mereka mau tidak mau menerima pernyataan bahwa SPG harus tampil cantik.

⁵⁵ Hasil wawancara dengan Septi pada tanggal 10 Mei 2013 jam 09.30 WIB.

Ketika perempuan melakukan sebuah tindakan yang sedikit menunjukkan tingkah laku yang menarik orang lain, kadang diinterpretasikan sebagai sesuatu yang mengarah pada hal-hal yang dinilai negatif seperti mendapatkan perlakuan yang kurang baik dari konsumen, khususnya pria. Terutama ketika mereka (SPG) mencoba menawarkan produknya dengan bahasa tubuh yang penuh makna mengundang konsumen untuk memperlakukan SPG dengan perlakuan yang kurang baik. Seperti yang diungkapkan oleh Mawar salah satu SPG minyak wangi, sebagai berikut:

semua pekerjaan pasti ada resiko lah *mbak*, tapi lagi-lagi kembali kepada individu bagaimana menanggapi semua itu. Karena kita sedang mencari uang, resiko pun mau tidak mau ya harus diterima. tidak jarang kami digodain om – om, ketika kami sedang menawarkan produk parfum. Dengan senyum om-om tersebut ngajakin kencan *gitu lah mbak*. Sehingga sering saya mendengar bahwa image para SPG itu jelek. Kalaupun kita mau, parfum ditukar dengan nomer handphone. Tapi itu semua kembali lagi kepada kita sendiri mau meresponnya atau tidak.⁵⁶

Dari pernyataan Mawar diatas menunjukkan bahwa sudah menjadi hal yang biasa ketika mereka digoda para konsumen sampai tindakannya mengarah pada hal-hal yang lebih tidak sopan seperti, di ajak kencan sama konsumen yang nakal. Akan tetapi menurut pengakuan Mawar kepada peneliti bahwasannya dirinya tidak mau melakukan hal itu. Sering kali ia menolak ajakan kencan konsumen nakalnya.

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Mawar pada tanggal 20 Mei 2013 jam 13.25 WIB.

Terjadinya pelecehan seksual tersebut disebabkan oleh ketidakmampuan mereka dalam mengontrol perilakunya dalam berpenampilan. Ketika perempuan harus berpenampilan agar sesuai dengan aturan “*dress code*” dengan kata lain semacam aturan dalam berpakaian yang diterapkan di tempat mereka bekerja.⁵⁷

Hal ini terjadi karena ketakutan-ketakutan para SPG terhadap aturan yang di berlakukan. Para SPG takut mengalami kegagalan ketika tidak menaati peraturan tersebut sehingga membuat mereka mengalami keterasingan terhadap aturan-aturan yang sudah dibuat oleh pihak pemilik toko.

Dalam penuturan Septi, ia menyatakan bahwa juga pernah mengalami kondisi yang sama dengan SPG sebelumnya, ketika ia berada di lingkungan kerjanya

aku karo konco-koncoku sering di sindir pihak supervisornya pIta waktu salam matahari pagi, bapake bilang bagi yang mukanya berjerawat dan kulitnya yang hitam segera melakukan perawatan. Yo biaya karo duite dhewe mbak, tapi aku luh mbak ga tak reken karo mangkel campur isin mbak lha ngomongnya nak ngarepe arek akeh. Lek koncoku seng jerawaten yo perawatan mbak lekgangunuyokontrak'ega diperpanjang.

(saya dan teman-teman saya sering di sindir oleh pihak supervisornya ketika dalam salam pagi, bapaknya bilang bagi yang mukanya berjerawat dan kulitnya yang hitam segera melakukan perawatan. Ya biaya pake uang sendiri mbak, tapi saya tidak menggubris sama sakit hati campur malu karna ngomongnya di depannya banyak teman. Tapi kalau temanku yang berjerawat ya perawatan kalau tidak seperti itu nanti kontraknya tidak diperpanjang).⁵⁸

⁵⁷ Naomi Wolf, *Mitos kecantikan*, di terjemahkan oleh Alia Swastika (Yogyakarta: NIAGARA, 2004) hal. 78.

⁵⁸ Hasil Wawancara dengan Septi pada tanggal 10 Mei 2013 jam 09.30.

Ini memberikan interpretasi tersendiri bagi peneliti ketika mendengar penuturan Septi, bahwa tanpa menaati peraturan yang sudah menjadi standar yang diterapkan dalam pekerjaan tersebut, perempuan akan menemui masalah dalam hal karirnya. Hal ini memperkuat keyakinan bahwa perempuan harus tampil “cantik” dalam melakukan kerjanya dan bekerja keras untuk dapat dipandang secara serius dalam bekerja.

Permintaan “kecantikan” menciptakan alienasi yang sangat jelas dikalangan para SPG yang dilancarkan oleh pihak yang memiliki kekuasaan. Permintaan akan perilaku yang mengarah untuk menjadi “cantik” ini memang tidak dikatakan dengan jelas. Akan tetapi sanksi yang diterapkan benar-benar terjadi pada SPG jika tidak mengikuti aturan yang berlaku dalam tempat mereka bekerja.

b. Komunikatif

Selain penampilan menarik, komunikatif juga merupakan aspek yang mendukung dalam bekerja saat kita melakukan interaksi sosial. Karena dengan berkomunikasi merupakan dasar dari setiap usaha antar manusia untuk mencapai tujuannya. seperti yang sering kali terjadi di dunia realitas. Ketika seorang SPG mau menyampaikan sesuatu kepada konsumen pasti akan mendapatkan respon yang berbeda- beda. Karena hal tersebut merupakan salah satu sifat dasar dan karakter tiap orang berbeda-beda. Faktor ini yang menjadikan bahwa komunikasi itu penting.

Berkomunikasi dengan baik cenderung akan menghasilkan interaksi yang baik pula. Misalnya, ketika SPG sedang mempromosikan produknya, mereka berusaha menyampaikan kepada konsumen dengan cara jelas manfaat dari suatu produk tersebut. Hal itu juga disertai dengan pengetahuan yang bagus mengenai produk tersebut, sehingga mampu meyakinkan konsumen.

Dengan melakukan komunikasi langsung merupakan cara yang efektif ketika seorang SPG sedang menghadapi konsumen. Karena komunikasi langsung adalah bentuk usaha untuk mencapai pesan apa yang akan di sampaikan. Komunikasi ini bisa menciptakan suasana tersendiri, seperti terciptanya keakraban dan saling percaya antara SPG dengan konsumen.

Komunikasi secara langsung ini juga di terapkan oleh cewek asal batam yang bekerja sebagai SPG minyak wangi:

saya mencoba menggunakan bahasa yang baik ketika sedang menawarkan minyak wangi, selain itu saya jga memperhatikan intonItai saya. Pokonya berusaha seramah mngkin sama konsmen. Ya terkadang saya juga mendapatkan respon yang ga baik dari konsmen. Yang paling sering sich respon cuek dari konsumen.

Berkomunikasi langsung juga di lakukan oleh para SPG lainnya ketika bekerja. Seperti ketika ada pembeli mereka langsung mendatangi dan melayani sambil mengenalkan model dan jenis produk penjualannya. Tidak jarang juga hal yang terjadi pada Mawar yang merupakan SPG asal batam ini juga terjadi pada SPG lainnya. Tapi menurut mereka itu merupakan hal yang sudah biasa. Jadi

mereka menerima respon maupun perlakuan dari banyak konsumen dengan lapang. Karena menurut mereka itu akan berlalu dengan sendirinya.

Kemampuan dalam berkomunikasi yang baik juga di butuhkan untuk menarik konsmen. Seperti dalam pernyataan Neni:

Selain penampilan, cara berbicara dan berkomunikasi dengan orang juga penting untuk diperhatikan. Karena hal itu yang mendukung keberhasilan dalam penjualan kita. Hal itu yang sering diajarkan oleh *tacik* kepada saya, beliau mengatakan bahwa konsumen itu ibarat bola, bagaimana kita bisa mendapatkannya itu tentu ada usaha-usaha yang dilakukan untuk menarik perhatiannya. Usahanya yaitu tadi mulai dari menjaga penampilan, cara kita ngomong dan berkomunikasi dengan konsumen serta bagaimana kita bisa menjelaskan kegunaan serta manfaat dari prodak yang kita jual.⁵⁹

Dengan demikian, semakin menunjukkan bahwa banyak aspek yang mendukung keberhasilan para SPG dalam sosialisasi dengan orang lain itu ditandai dengan cara mereka berinteraksi dengan konsumen. Misalnya ucapan yang di ikuti dengan *body language* (bahasa tubuh). *Body language* bisa berupa senyuman, sikap yang ramah dengan pembeli, serta intonasi bicara juga perlu diperhatikan ketika kita sedang berbicara dengan orang lain. Hal ini di benarkan oleh pernyataan Ida bahwa *Body language* perlu diterapkan untuk menyakinkan seorang konsumen.

Saya tidak pernah menuntut karyawan saya untuk berpenampilan menarik yang penting pandai berkomunikasi, misal kalau ada peembali dilayani denga baik. Kalao tidak pintar berkomunikasi misal ada pembeli dilayani, pembeli pasti senang

⁵⁹ Hasil wawancara dengan NH pada tanggal 31 Mei 2013 jam 11.25.

lah mbak. Beda, kalo ada pembeli ke toko trus tidak dilayani, pasti pembelinya akan pergi karena tidak ada melayani dia, mencarikan apa yang menjadi kebutuhan pembelinya. Ya pokoknya kalo ada pembeli disambut dengan tersenyum terus dilayani dengan sebaik mungkin lah.⁶⁰

Hal ini juga di dukung oleh pernyataan Ita selaku pemilik toko baju remaja ini kepada peneliti sebagai berikut:

Selain berpenampilan menarik, komunikasi yang baik juga saya ajarkan pada SPG, misalnya bagaimana berbicara yang baik dengan pembeli, memperlakukan pembeli yang baik seperti apa selain itu sikap ramah dan memberikan senyum pada pembeli itu penting agar pembeli tidak merltaa di abaikan. Lha kalau pembeli di layani dengan baik kan pItati mendatangkan omzet, malah bisa jadi langganan tetap.”⁶¹

Dari penuturan Ita dan Mawar mengatakan bahwa dalam bekerja penampilan menarik itu memang diperlukan karena kita berinteraksi dengan banyak orang. Apalagi kita sistemnya adalah omzet jadi menurut mereka berpenampilan menarik merupakan salah satu hal yang dianggap penting. Selain itu pandai berkomunikasi juga menjadi salah satu komponen yang mendukung kecantikan menjadi faktor dalam perekrutan dan pengembangan karir.

Hal ini diperkuat dalam aturan standar layanan/*Service* terhadap konsumen yang tertulis di salah satu departmen store di surabaya, sebagai berikut:

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Ida pada tanggal 10 juni 2013 jam 11.25 di toko busana muslim Surabaya.

⁶¹ Hasil wawancara dengan Ita pada tanggal 31 Mei 2013 jam 13.45 di toko baju remaja Surabaya.

- a. Tidak menulis/mencatat stock setelah jam 11 siang (pada hari biItanya) atau setelah jam 10 siang (weekend) & tidak sedang mengobrol dengan temannya.
- b. Wajah, rambut, sepatu, seragam, sesuai standard department store.
- c. Mendatangi konsumen untuk membantu. Melayani konsumen (tanpa menunggu dipanggil, max 5 detik) termasuk ketika konsumen menuju counter sebelah yang sedang tidak ada penjaganya (max 20 detik).
- d. Menyapa konsumen dengan senyum dan mengucapkan “selamat-pagi/siang/sore..bapak/Ibu/kakak..., silahkan..”. jika konsumen ingin melihat-melihat dulu “nantu kalo Bapak/Ibu/Kakak butuh saya.. panggil saja, nama saya.. (sebutkan nama diri).”
- e. Bila harus mengambil barang (baik di area maupun di stock room), maksimal 2 menit untuk 2 pcs/pasang semua produk, baik shoes ataupun produk lainnya.
- f. Menawarkan konsumen untuk mencoba dengan ramah dan menyediakan alternatif untuk mencoba , baik ukuran maupun model (sambil menunjukkan ruang fitting room dengan tangan terbuka). Jika konsumen tidak mau mencoba, tetap memberikan alternatif lainnya.
- g. Segera closing/menutup penjualan dengan menyebut nama konsumen jika kenal. Dan jika konsumen setuju membeli,

menawarkan produk lain untuk menambah penjualan. (tidak mengatakan : “ada yang lain?”)

- h. Mengucapkan terima kasih baik kepada konsumen yang membeli maupun tidak dan menunjukkan letak kasa (dengan tangan terbuka).⁶²

Dari beberapa poin yang disebut dalam departmen store diketahui bahwa bahasa tubuh merupakan aspek yang mendukung ketika kita berkomunikasi. Dalam hal ini bahasa tubuh merupakan satu kesatuan yang menjadi bagian tak terpisahkan dalam berkomunikasi dengan orang lain. Selayaknya penampilan menarik dan pandai berkomunikasi merupakan aspek penting ketika bekerja menjadi SPG. Dengan begitu maka, para SPG akan menerima respon positif ketika mereka berinteraksi dengan para konsumen.

2. Pandangan SPG terhadap Kecantikan yang menjadi Faktor Pendukung dalam Rekrutmen dan Pengembangan Karir

Tuntutan pekerjaan untuk melakukan bedah kosmetik atau melakukan perawatan diri membawa perempuan pada realitas kerja yang didasarkan pada gagasan tentang memperkerjakan manusia dalam dunia kerja. Tuntutan yang terus meningkat untuk melakukan perubahan fisik yang terjadi pada perempuan Yang sering kali membuat perempuan mengalami alienasi dengan kata lain mengalami keterasingan dari kelompoknya.

⁶² Informasi tersebut peneliti dapatkan dari catatan kecil yang dimiliki oleh salah satu SPG di salah satu Departmen Store di Surabaya pada tanggal 30 Mei 2013.

Menurut Marx, pekerjaan merupakan aktivitas manusia yang paling fundamental. Dengan demikian, dengan bekerja manusia telah merealisasikan dan mengobjektifkan dirinya. Oleh karena bekerja merupakan salah satu sarana untuk merealisasikan diri, maka semestinya pekerjaan itu menyenangkan dan menggembirakan, bukan justru menyengsarakan.⁶³

Seperti penuturan Septi, mengatakan bahwa;

Awale yo risih mbak, soale aku ga pernah pake make up, tapi lama-lama kerjo nang matahari kumpul karo arek ayu-ayu yo paleh kepingin ayu pisan mbak, tapi aku kalo make up ga grooming mbak biasa wae.

Awalnya ya saya risih mbak, soalnya saya tidak pernah menggunakan make up, tapi lama-lama kerja di matahari berkumpul dengan teman-teman yang cantik juga ingin terlihat cantik juga mbak, tapi kalau saya make up tidak begitu terlihat mencolok yang biltaa saja.⁶⁴

Dari pandangan Septi, bahwa untuk memenuhi syarat tuntutan kerja dia harus rela untuk belajar menggunakan Make up, belajar menggunakan *highheels*, belajar menghafalkan teks standar melayani Konsumen agar bisa berkomunikasi dengan baik dan tidak terlihat mengabaikan Konsumen. Septi juga mengaku bahwa terkadang dia mengalami kejenuhan dalam bekerja. Kejenuhan itu muncul dalam banyak faktor seperti, lingkungan rekan kerja yang saling menjatuhkan dalam persiapan mengejar omset, tuntutan dari

⁶³AmboUpe, *Tradisi Aliran Dalam Sosiologi, dari filosofi positivistik sampai postpositivistik* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010) hal.

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Septi pada tanggal 10 Mei 2013 jam 09.30

supervisor yang selalu tampil cantik dan rapi, dan sistem aturan kerja yang selalu berubah.

Hal ini juga di kuatkan oleh pernyataan, Neni, sebagai berikut;

ketika awal saya bekerja disitu tidak menuntut SPG itu harus menarik, akan tetapi lama kelamaan akhirnya disinggung juga sama taciknya bahwa menjaga penampilan itu penting juga. Dengan saran kritik yang trus dilontarkan sama tacik, akhirnya dari saya timbul kesadaran bahwaItanya kalau saya sudah masuk dalam lingkungan kerja berarti saya harus menerima segala konsekuensi yang ada, mulai dari sistem kerja yang berlaku di tempat tersebut. Karena saya tidak terbiIta berdandan, saya memulai dengan diajari oleh teman kerja.⁶⁵

Dari pandangan Neni menunjukkan pada dasarnya penampilan itu tidak terlalu menjadi perhatian yang penting. Namun ketika dia telah masuk dalam dunia kerja yang menuntut dirinya untuk bisa tampil cantik, membuatnya sadar bahwa kecantikan memang hal yang perlu mendapat perhatian lebih.

Ada alasan tersendiri ketika pemilik modal membuat sebuah sistem aturan kerja bagi karyawannya masing-masing. Misalnya di salah satu department store surabaya membuat aturan kerja yang diterapkan kepada SPGnya mengenai cara berpakaian dan melayani konsumen. Aturan ini diterapkan dengan maksud dan tujuan tersendiri bagi pihak department store. Seperti pengakuan Septi tentang standar berpakaian ketika bekerja, sebagai berikut:

halah mbak yo ngunu iku di gawe narik perhatiiane pembeli lah, lha opo mane alasane supervisore lek ga ngunu. Lhawong lek pas upacara salam pagi iku sering kok supervisore ngomong lek "penampilan kita itu penting untuk dijaga, karena pembeli pltati

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Neni pada tanggal 31 Mei 2013 jam 11.25

akan menilai penampilan kita dalam bekerja”, mangkane mbak sering ngunu iku securityne nang nggonq kerjo ngobraki arek-arek lek semisale make up gag ketok ngunu iku, trus di koreksi seng stockinge bolong, lek ketauan ngunu iku ga oleh digawe maneh. Mankane mbak aku ga pernah tuku stocking seng mahal. wes pokoke akeh lah seng perlu diperhatekno waktu kerjo nak kunu ben ga kenek sanksi.”

(halah mbak kayak gitu dubuat untuk menarik pembeli lah, trus pakai alltaan apalagi supervisornya itu. Ketika acara upacara salam pagi itu sering supervisornya ngomong kalau”penampilan kita itu penting untuk dijaga, karena pembeli pasti akan menilai penampilan kita dalam bekerja”, makanya mbak sering security di tempat kerjaku itu mengingatkan teman-teman semisalnya kalau make upnya tidak terlihat gitu, trus stockingnya yang bolong juga dikoreksi, kalau ketahuan gitu tidak boleh dipakai lagi mbak. Makanya kalau beli stocking gitu aku tidak pernah beli yang mahal. Yaudah pokonya banyak yang diperhatikan ketika kerja disana biar tidak terkena sanksi).⁶⁶

Dari penuturan Septi, peneliti dapat melihat bahwa sebenarnya para SPG itu sadar terhadap peraturan yang dibuat para pemilik toko dan menerapkan aturan-aturan dalam tempat mereka bekerja. Mereka juga sadar bahwa mereka sedang bekerja di ruang publik, sehingga menurutnya penampilan memang perlu diperhatikan. Pernyataan Septi diperjelas oleh Ita, sebagai berikut:

Memang saya selalu memperhatikan penampilan setiap karyawan saya. Kalau perempuan saya perhatikan juga cara dia bermake up dan berpenampilan. Memakai make up yang bagus juga memberikan penilaian yang bagus bagi karyawan perempuan. Kalau laki-laki yang saya perhatikan adalah kerapian mereka. Ya pokoknya semua SPG saya harus terlihat rapi dan bersihlah dalam berpenampilan.⁶⁷

⁶⁶ Hasil wawancara dengan Septi pada tanggal 10 Mei 2013 jam 09.30 am.

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Ita pada tanggal 31 mei 2013 jam 10.20 am di toko bajau remaja Royal Surabaya.

Dari pandangan semua informan mengatakan bahwa kecantikan merupakan faktor pendukung dalam rekrutmen dan pengembangan karir mereka ketika bekerja menjadi seorang SPG di pertokoan Surabaya.

3. Usaha para SPG untuk tampil cantik

Ketika mitos kecantikan telah merambah dunia kerja, maka konsekuensi yang diterima oleh perempuan adalah menerimanya. Secara tidak sadar maka para SPG melakukan apa yang telah ditetapkan dalam aturan kerja yang berlaku.

Usaha para SPG untuk tampil menarik di depan publik merupakan bentuk interpretasi dari dirinya bahwa untuk mendatangkan para pembeli maka ada usaha-usaha seperti menggunakan simbol-simbol seperti bahasa, pakaian, kosmetik yang dikenakan pada tubuh mereka. Menurut mereka hal itu dinilai sesuatu yang patut dihargai dari seorang perempuan yang berprofesi sebagai SPG.

Pernyataan di atas diperkuat oleh Dita, mengenai usaha dia agar tampil cantik ketika bekerja, yaitu:

Dulu awal kerja disini, saya mlitaih dengan dandan yang biltaa cuma rapi ajah. Trus temen-temen kerja dengan baik mengatakan kalau saya mau mencoba untuk memakai make up yang gag menor ajah pokoknya wajah terlihat cantik. Akhirnya saya mencoba awalnya menggunakan mascara, pensil mata, eye shadow yang sesuai dengan warna kulit dan lisptik yang cocok dengan warna bibir saya. Walaupun menggunakan make up tetap terlihat natural. Apalagi kalaa tacik bilang saya sekarang

terlihat lebih cantik dan segar. Itu membuat saya terlihat percaya diri.⁶⁸

Dari pernyataan Dita di atas menunjukkan adanya usaha-usaha yang dilakukan untuk memenuhi kriteria “cantik”. Demi tuntutan dalam bekerja, dia belajar menggunakan make up bersama teman kerjanya. Selain itu ia mengaku, belajar make up secara otodidak karena sebelum ia memasuki lingkungan kerja, hampir dia tidak pernah melakukan full make up, hanya menggunakan pelembab terus di tambah dengan menggunakan bedak.

Pernyataan Dita juga terjadi pada Neni, dia mengatakan bahwa untuk tampil cantik sesuai dengan permintaan taciknya, dia belajar make up dengan teman kerja. Biasanya dia make up bareng di tempat bekerja sebelum jam kerja di mulai. Dari kebiasaan make up bareng teman-teman kerjanya, akhirnya dia mulai bisa dan terbiasa bermake up.

Selain itu dari pihak Mawar, mengenai usahanya agar bisa tampil cantik, yakni:

Ketika bekerja saya memakai make up ala kadarnya yang natural saja agar wajah tidak terlihat pucat, seperti memakai eye shadow, eye liner, bedak, blush on, lipstik warna natural juga menggunakan parfum agar wangi ketika menawarkan produk. Beda lagi sama teman-teman yang lainnya ada yang menggunakan make upnya tebal ada juga yang tipis atau natural saja. Kalau saya tidak terlalu suka dengan make up tebal yang natural cukup buat saya akan tetapi tetap memperhatikan penampilan. Pakaian harus rapi, rambut di sanggul dengan rapi.

⁶⁸ Hasil wawancara dengan Informan Dita pada tanggal 23 mei 2013 jam 13.25 di *foodcourt* Royal Plaza Surabaya.

Dan menggunakan seragam yang sudah disediakan oleh perusahaan.⁶⁹

Dengan memiliki penampilan cantik merupakan bentuk simbol yang digunakan untuk menarik minat pembeli dalam kerjanya. Simbol inilah yang menjadi ukuran ideal mengenai kecantikan bagi perempuan. Perempuan menilai tubuhnya itu selalu dikaitkan dengan penilaian lingkungan sosial dan budaya di luar dirinya terhadap tubuh perempuan tersebut. Mitos kecantikan inilah yang berujung pada banyak konsepsi yang dibangun secara sosial tentang makna cantik yang cenderung berangkat dari analisis secara fisik mata.

B. Analisis Data Dan Pembahasan

Bagi seorang perempuan kebanyakan, beranggapan bahwa kecantikan itu merupakan salah satu bagian terpenting untuk menjaga eksistensi dirinya di segala bidang, khususnya dunia *marketing*. Dalam hal ini peneliti akan menjelaskan tentang analisis serta pembahasan mengenai kecantikan yang menjadi faktor pendukung dalam rekrutmen dan pengembangan karir SPG.

1. Kecantikan menjadi faktor pendukung dalam rekrutmen dan pengembangan karir SPG.

Dalam bukunya *the social construction of reality*, Berger menyatakan bahwa realitas terbentuk secara sosial. Berger menganalisisnya melalui sosiologi pengetahuan. Menurut Berger, semua

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Informan Mawar pada tanggal 20 Mei 2013, jam 13.30 di *foodcourt* Royal Plaza.

manusia mencari pengetahuan yang ada dalam fenomena yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.⁷⁰

Sedangkan dalam memahami realitas sosio-kultural Berger menjelaskan adanya dialektika antara diri (*the self*). Dialektika itu berlangsung dalam suatu proses dengan tiga “*momen*” simultan, yakni *eksternalisasi* (penyesuaian diri dengan dunia sosio-kultural sebagai produk manusia), *objektivasi* (interaksi sosial dengan dunia intersubyektif yang dilembagakan melalui proses institusionalisasi) dan *internalisasi* (individu mengidentifikasi dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya).⁷¹

Menurut Berger kebudayaan itu berada di luar subyektivitas individu sebagaimana juga dunia. Dengan kata lain, dunia yang di produksi manusia memperoleh sifat obyektivitas yang diperoleh produk-produk kultur manusia ini mengacu, baik kepada benda-benda material maupun non material.

Setiap masyarakat yang terus berjalan pada sejarah pasti akan mengalami masalah dalam hal pengalihan makna-makna terobyektivitasnya dari satu generasi ke generasi lainnya.⁷² Maksud dari ketiga bagian itu yang disebutkan diantaranya yakni, *eksternalisasi*, *objektivasi*, dan *internalisasi* tersebut, yaitu ia membicarakan sebuah proses dalam memaknai sesuatu, dimana prosesnya diawali dengan

⁷⁰ Margaret M. Poloma, *Sosiologi Kontemporer* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004) hal. 301

⁷¹ Bagong Suyanto, Khusna Amal, *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial* (Yogyakarta: Aditya Media Publising, 2010) hal. 156.

⁷² Peter L. Berger, *Langit Suci*, pengantar oleh Hartono (Jakarta: LP3ES, 1991), hal. 11.

proses *eksternalisasi* artinya manusia itu mengeluarkan apa yang ada dalam diri mereka keluar masyarakat, dengan kata lain mengekspresikan diri.

Seperti ketika seorang perempuan yang banyak melakukan aktivitas dilapangan dan sering bertemu dengan banyak orang, salah satu contohnya adalah mereka yang bekerja sebagai SPG, mereka akan melihat di lingkungan sekitarnya bahwa untuk menjadi seorang SPG harus selalu berpenampilan cantik. Hal itu bisa dikatakan sebagai wujud dari *objektivasi* yang merupakan produk budaya yang sudah ada sebelumnya.

Sedangkan yang dimaksud dengan proses *internalisasi*, yaitu ketika seorang SPG tersebut tahu bahwa yang dikatakan cantik itu seperti yang banyak disebutkan sebelumnya, yaitu berkulit putih dan bersih, memiliki tubuh langsing dan lain sebagainya, kemudian SPG tersebut menafsirkan kembali definisi cantik dengan menggunakan pemahaman yang dia miliki dari apa yang dia ketahui.

Proses selanjutnya dalam teori dialektika Berger, *eksternalisasi*, yaitu sebuah proses dimana orang tersebut mencoba untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya dengan cara mengaktualisasikan apa yang dia ketahui berdasarkan pemahamannya. Seperti pada SPG disini, setelah dia menyatakan bahwa kriteria cantik itu seperti yang telah disebutkan diatas, kemudian dia mewujudkannya dengan mencoba berpenampilan seperti yang dia ketahui sebelumnya.

2. Pandangan SPG tentang kecantikan sebagai faktor pendukung dalam rekrutmen dan pengembangan karir SPG.

Pada bagian ini peneliti menilai bahwa analisis yang berkenaan dengan pandangan SPG tentang kecantikan yang menjadi faktor pendukung dalam rekrutmen dan pengembangan karir SPG masih berkaitan dengan analisis sebelumnya, yaitu tentang pemikiran Berger yang menjelaskan adanya dialektika antara diri (*the self*).

Setiap individu dalam menilai sesuatu akan mengalami beberapa proses seperti yang telah disebutkan sebelumnya, yaitu *objektivasi*, *internalisasi* dan *eksternalisasi*. Namun dari ketiga proses ini sifatnya sirkulasi artinya untuk mengawali proses tersebut tergantung bagaimana individu tersebut melihat kenyataan yang ada di sekitarnya.

Seperti pada para SPG tentang pandangan kecantikan yang menjadi faktor pendukung dalam rekrutmen dan pengembangan karirnya. Dapat dikatakan bahwa mereka mengawali proses dialektika tersebut dengan *objektivasi*, karena mereka telah melihat kenyataan yang sudah ada sebelumnya tentang kriteria cantik.

Dengan adanya standarisasi kecantikan yang ditentukan oleh beberapa pemilik toko yang mempengaruhi pemikirannya bahwa kecantikan itu penting ketika memasuki dunia kerja khususnya yang berhubungan dengan SPG. Selain itu juga di pengaruhi oleh lingkungan sosial yang selalu melihat SPG sebagai sosok perempuan yang cantik.

Setelah melalui proses *objektifikasi*, lalu dilanjutkan dengan proses *internalisasi*, dimana individu mulai memahami apa yang telah dia temui sebelumnya. Pada proses inilah seorang SPG banyak mengalami perbedaan pandangan, karena pada proses *internalisasi* ini tidak sedikit individu berhasil melalui proses internalisasinya.

Seperti pada salah satu informan, dia termasuk *cewek tomboi* yang mengaku bahwa ketika awal kerja di departemen store. Kata pertama yang keluar dari mulutnya, yaitu *risih* ketika harus menggunakan rok pendek. Disisi lain dia harus belajar *make up*, seperti yang dikatakan oleh informan lainnya kepada si peneliti “ *lama-lama kerjo nang matahari kumpul karo arek ayu-ayu yo paleh kepingin ayu pisan mbak, tapi aku kalo make up ga grooming mbak biItaa wae*”.

(lama-lama kerja di matahari berkumpul dengan teman-teman yang cantik juga ingin terlihat cantik juga mbak, tapi kalau saya *make up* tidak begitu terlihat mencolok yang biasa saja).

Dari salah satu pengakuannya tersebut menunjukkan bahwa proses internalisasinya tidak berhasil, karena dia tidak serta-merta menerima aturan yang telah sengaja dibuat oleh pemilik toko. Walaupun pada akhirnya dia berusaha untuk mengikutinya. Internalisasi yang tidak berhasil inilah akhirnya para SPG mengalami kesadaran palsu. Keterasingan dari apa yang dia pikirkan dari keberadaan sosialnya yang sebenarnya dari apa yang di pikirkan oleh SPG tersebut.

Dalam teorinya Karl Marx, dampak dari alienasi tersebut adalah *Pertama*, pekerja teralienasi dari aktivitas produksinya dan tidak memainkan peran sedikitpun dalam menentukan apa yang dilakukan dan seharusnya melakukan pekerjaan itu. *Kedua*, pekerja teralienasi dari produk dari hasil aktivitas mereka karena tidak memiliki kontrol terhadap apa yang dihasilkan dan akan jadi apa produksi tersebut. *Ketiga*, pekerja teralienasi dari manusia yang lain karena kompetisi dan penyeragaman telah menjauhkan mereka dari kerja sama. *Keempat*, pekerja teralienasi dari aneka ragam potensi diri yang tersimpan dalam diri mereka sebagai manusia kreatif.⁷³ hubungan yang demikian ini mengakibatkan menurunnya karakteristik individu, kelemahan secara fisik, kehilangan arah, kebingungan mental, dan terisolasi sebagai makhluk sosial.

Hal ini juga di rasakan oleh Septi, SPG di departement store mengatakan bahwa sebenarnya mereka terpaksa dengan menaati aturan yang ada dalam kerja tersebut. Karena dengan berlakunya sistem aturan yang berlaku dalam tempat ia bekerja, sering mengundang konflik diantara mereka. Seperti tidak sering mereka di goda para Konsumen dengan melihat penampilan seragam dan make up yang sudah menjadi standar dari departmen store.

Berbeda halnya dengan mereka para SPG yang dikatakan berhasil dalam proses internalisasinya, dia sejak mengetahui bahwa kecantikan itu merupakan bagian dari faktor yang mendukung dalam rekrutmen dan

⁷³AmboUpe, *Tradisi Aliran dalam Pemikiran Sosiologi*: Jakarta, PT. RAJAGRAFINDO Persada, 2010, hal. 139.

pengembangan karirnya, mereka seakan membenarkan bahwa apa yang telah mereka ketahui itu benar adanya.

Seperti yang dialami oleh salah satu informan mawar, dia mengatakan bahwa dalam bekerja penampilan menarik itu memang diperlukan karena kita berinteraksi dengan banyak orang. Apalagi kita sistemnya adalah omzet. Jadi menurut dia berpenampilan menarik merupakan salah satu hal yang dianggap bisa menarik pembeli. Selain itu pandai berkomunikasi dengan baik bisa menarik pembeli. Sikap ramah dan murah senyum diterapkan ketika mencari konsumen.

Pandangan para SPG tentang kecantikan menjadi faktor pendukung dalam rekrutmen dan pengembangan karirnya juga di bentuk dari masyarakat. Masyarakat melihat bahwa SPG memang semestinya cantik. Adanya realitas tersebut, yang melatar belakangi pemikiran para SPG untuk memperbaiki penampilan mereka ketika memasuki dunia kerja. Seperti yang dikatakan oleh Fahmi yang merupakan salah satu pengunjung pertokoan di Royal Surabaya:

SPG itu ya perlu lah mbak berpenampilan menarik karena dia berinteraksi dengan banyak orang yang. Pakaian rapi trus make up yang baik, trus bersih kan enak di lihatnya mbak, lihat ajah SPG yang ada di matahari department store itu pada keliatan rapi kan, bermake up, dengan keseragaman pakaian kerja, apalagi kalau dalam melayani pembeli selalu tersenyum.

Selain itu Fahmi juga mengatakan bahwa sebenarnya komunikasi yang baik dan memberikan pelayanan yang baik itu juga harus di perhatikan oleh para SPG. Karena dia mengatakan bahwa paling males ketika masuk pada sebuah toko yang tidak memberikan sambutan

layanan pada konsumen. Menurut dia yang menjadi pertimbangan ketika dia membeli sesuatu hal yaitu barangnya bagus dan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Pernyataan Fahmi juga dibenarkan oleh Wati salah satu pengunjung toko yang mengatakan bahwa

memang sudah seharusnya para SPG itu cantik karena yang saya lihat juga SPG itu cantik semua cantik ga ada yang jelek. Tapi itu semua kembali ke sikap yang baik dari SPG saat dia melayani konsumen. Ramah tidak pada konsumen, trus aktif tidak ketika melayani kebutuhan yang diperlukan konsumennya.

Dari pandangan masyarakat yang di bangun bahwasannya SPG itu semestinya cantik dan pandai dalam memasarkan produknya. Menjadikan tuntutan tersendiri bagi para SPG untuk bisa berpenampilan menarik dan memiliki kepandaian. jadi dapat dilihat bahwa kecantikan fisik dan kecantikan perilaku dan sifat merupakan faktor pendukung dalam rekrutmen dan pengembangan karirnya.

3. Usaha-usaha Para SPG untuk Tampil Cantik

Pada bagian analisis tentang usaha-usaha para SPG untuk tampil cantik ini peneliti menggunakan analisis yang merupakan lanjutan dari teori dialektika Berger yang berupa *eksternalisasi*, dimana pada proses ini menunjukkan bahwa para SPG berusaha untuk mengaktualisasikan apa yang telah mereka alami sebelumnya, yaitu proses *objektivasi* dan *internalisasi*.

Bentuk dari aktualisasi SPG tersebut yaitu mereka wujudkan dalam bentuk simbol-simbol. Dalam karya Mead tentang *Mind, Self, and*

Society menyatakan bahwa individu melakukan tindakan dalam pikiran yang bersifat abstrak merupakan ide yang belum diamati. Pengertian berpikir adalah suatu proses dimana individu melakukan interaksi dengan dirinya dan lingkungannya dengan menggunakan simbol-simbol yang bermakna.

Penggunaan isyarat-isyarat sebagai simbol tersebut termasuk bahasa atau komunikasi. Seperti yang dilakukan oleh para SPG, mereka menggunakan isyarat sebagai simbol-simbol signifikan tersebut muncul pada individu yang membuat respons dengan penuh makna. Contohnya mereka melontarkan senyuman kepada para konsumen dengan tujuan menarik konsumen untuk merespon produk yang sedang mereka tawarkan kepada konsumen.

Isyarat-isyarat dalam bentuk ini membawa pada suatu tindakan dan respons yang dipahami oleh masyarakat yang telah ada. Melalui simbol itulah maka akan terjadi sebuah pemikiran. Esensi pemikiran dikonstruksi dari pengalaman isyarat makna yang terinternalisasi dari proses eksternalisasi sebagai bentuk hasil interaksi dengan orang lain.⁷⁴

Kaitannya dengan teori dialektika Berger yang berupa *eksternalisasi*, yaitu ketika seorang SPG melalui usaha-usahanya untuk tampil menarik di depan publik yang juga merupakan hasil dari interpretasi dalam dirinya bahwa untuk mendatangkan para pembeli

⁷⁴AmboUpe, *Tradisi Aliran dalam Pemikiran Sosiologi*: Jakarta, PT. RAJAGRAFINDO Persada, 2010, hal. 225.

maka ada usaha-usaha seperti menggunakan simbol-simbol yang berupa bahasa, pakaian, kosmetik yang dikenakan pada tubuh mereka.

Simbol bahasa merupakan hal yang sangat berperan ketika seorang SPG mencoba untuk menawarkan produknya. Bahasa komunikasi yang baik akan di respon baik pula oleh konsumen. Salah satunya adalah bahasa tubuh. Bahasa tubuh sangat mendukung ketika kita sedang berkomunikasi. Bahasa tubuh ini bisa berupa sambutan senyuman, sikap ramah tamahnya seorang SPG kepada konsumen, dan masih banyak lagi bahasa tubuh yang perlu di terapkan oleh seorang SPG untuk keberhasilannya dalam menarik perhatian konsumennya.

Menurut Albert Mehrabian, seorang profesor psikologi Amerika dalam penelitiannya mengatakan, bahwa “seseorang dapat dipercaya bergantung pada konsistensinya dalam tiga faktor komunikasi yakni, verbal (perkataan), vokal (nada suara), dan visual (bahasa tubuh)”⁷⁵.

Hasil dari penelitian Albert Mehrabian yaitu, isi yang kita ucapkan 7% diperhatikan lawan bicara. Bahasa tubuh 55% sedangkan nada suara/intonasi ketika berbicara, 38%. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa tubuh menjadi bagian yang lebih diperhatikan dalam berkomunikasi.

Dalam hal ini seni dalam bernegosiasi, bahasa tubuh memainkan peran yang sangat penting. bahasa tubuh menunjukkan minat seseorang terhadap suatu tawaran. Dalam proses jual-beli yang merupakan bagian

⁷⁵Dianata Eka Saputra, *Membaca Pikiran Orang Lewat Bahasa Tubuh* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2009) hal. 20

dari negosiasi, kemampuan berkomunikasi menjadi modal yang sangat bermanfaat bagi penjual.

Jane Templeton dalam artikel *How Salesman Can find out What's Really Customer's Mind* mengatakan bahwa:

jika mata seorang calon pembeli terlihat putus asa dan wajahnya berpaling, berarti anda diminta untuk diam. Sebaliknya, jika mulutnya tenang tidak memperlihatkan senyuman dingin dan dagunya agak maju, kemungkinan dia sedang memikirkan penawaran anda. Tetapi, jika mata anda dengan matanya bertemu untuk beberapa detik, kemudian senyumnya mengembang sampai hidung, dia sedang mempertimbangkan penawaran anda, dan belum memutuskan. Jika kepalanya berubah arah, tersenyum tenang, dan terlihat antusias, sebuah kesepakatan telah tercapai.⁷⁶

Bentuk ekspresi bahasa tubuh dalam berkomunikasi inilah yang digunakan para SPG ketika mereka bekerja. Karena pandai berkomunikasi yang baik merupakan salah satu bagian dari kecantikan seorang SPG dalam bekerja. Pendidikan yang baik harus dimiliki seorang SPG. Modal pengetahuan SPG tentang suatu produk yang sedang di pasarkan juga mempengaruhinya ketika dia sedang menyampaikan informasi produk tersebut kepada konsumen.

⁷⁶Dianata Eka Saputra, *Membaca Pikiran Orang Lewat Bahasa Tubuh* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2009) hal. 27