

**RELASI *BEAUTY PRIVILEGE* DALAM DINAMIKA JENJANG KARIR
SALES PROMOTION GIRL DI PLAZA AMBARRUKMO YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Bidang Sosiologi

Disusun oleh:

KARISMA WULAN SEJATI

NIM. 21107020048

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2553/Un.02/DSH/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : RELASI BEAUTY PRIVILEGE DALAM DINAMIKA JENJANG KARIR SALES
PROMOTION GIRL DI PLAZA AMBARRUKMO YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : KARISMA WULAN SEJATI
Nomor Induk Mahasiswa : 21107020048
Telah diujikan pada : Selasa, 27 Mei 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

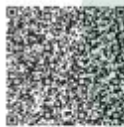
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Agus Saputro, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 684ac366052



Penguji I
Dr. Astri Hanjarwati, S.Sos., M.A.
SIGNED

Valid ID: 684b37a540b



Penguji II
Ui Ardaninggar Luhtitiami, M.A.
SIGNED

Valid ID: 684c342f3d4



Yogyakarta, 27 Mei 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 684c49096f23

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Karisma Wulan Sejati
NIM : 21107020048
Prodi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya penulis dan bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain. Kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis gunakan sebagai acuan. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesunfuhnya agar dapatt diketahui oleh dosen pembimbing skripsi dan anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 16 Mei 2025

Yang Menyatakan,



Karisma Wulan Sejati

NIM : 21107020048

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp :-

Kepada: Yth Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Karisma Wulan Sejati

NIM : 21107020048

Prodi : Sosiologi

Judul : *Relasi Beauty Privilege Dalam Dinamika Jenjang Karir Sales Promotion Girl Di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta*

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Sosiologi.

Dengan ini saya mengharapkan saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

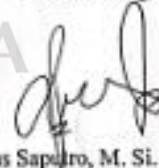
Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 16 Mei 2025

Pembimbing,



Agus Saputro, M. Si.

NIP : 19900113 201801 1 003

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada berbagai pihak yang telah mendukung saya dalam menempuh gelar Sarjana Sosiologi. Kepada kedua orang tua tercinta, orang-orang yang telah memberi dukungan selama kuliah, dan Prodi Sosiologi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Terima kasih atas doa dan dukungannya.

Tak lupa pula skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan sejauh ini dalam proses yang tidak mudah.



MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.
Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa)
dari (kejauhan) yang diperbuatnya”

(Q. S. Al-Baqarah:286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya
bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q. S. Al-Insyirah: 5-6)

“It will pass, everything you’re gone through it will pass”

(Rachel Vennya)

“Just trust Allah SWT, you will be fine”

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat Rahmat dan HidayahNya yang senantiasa memberikan kemudahan dalam proses penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di akhirat kelak. Aamiin yarobbal 'alamin.

Alhamdulillahirabbil 'alamin. Skripsi yang berjudul “Relasi *Beauty Privilege* Dalam Dinamika Jenjang Karir *Sales Promotion Girl* di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta” telah selesai disusun. Skripsi ini disadari masih memiliki banyak kekurangan. Namun, diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca. Proses perkuliahan dan penyusunan skripsi penulis tentu tidak lepas dari bimbingan, arahan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Erika Setyanti K. S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Napsiah, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Ibu Dr. Astri Hanjarwati, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Penguji 1.

5. Kepada Bapak Agus Saputro, M. Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih sudah selalu baik dan sabar dalam membimbing saya.
6. Segenap Dosen Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada saya selama kuliah.
7. Kepada kedua orang tuaku tercinta. Terima kasih telah memberikan doa dan dukungan agar terus semangat dan kuat dalam menjalani proses perkuliahan hingga skripsi ini. Terima kasih karena tidak menuntut apapun, selalu menerima, dan selalu mengapresiasi apapun pencapaian diri ini. Terima kasih atas nasihat baik yang selalu diberikan agar penulis tumbuh menjadi pribadi yang lebih baik. Kepada bapak, terima kasih karena selalu mengapresiasi semua proses dan menjadi alasan untuk tidak menyerah dalam menyelesaikan studi. Kepada ibu, terima kasih atas doa dan kasih sayang sepanjang masa dari ibu untuk penulis. Terima kasih karena selalu memastikan penulis baik-baik saja setiap harinya. *I love you.*
8. Kepada kakak, Kanita Khoirun Nisa yang telah memberikan banyak dukungan dan cinta kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dengan baik. Terima kasih atas apa saja yang sudah kakak berikan dalam hal makanan, barang-barang, dan dukungan emosional lainnya sehingga penulis menjadi kuat menjalani hari-hari disini.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Ariyo Safto Nugroho. Terima kasih atas waktu, nasihat, dan dukungan disetiap harinya,

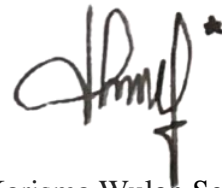
sedari awal perkuliahan hingga proses skripsi ini. Seseorang yang selalu menemani, mendukung, dan menghibur penulis ketika sedang bersedih. Terima kasih karena selalu meyakinkan penulis bahwa penulis kuat dan pasti bisa menjalani hari-hari berat penulis. Terima kasih karena sudah mendengar keluh kesah dan memberikan semangat pantang menyerah kepada penulis.

10. Kepada sahabat-sahabat penulis yang telah mendukung, menjadi tempat cerita, dan saling memberikan semangat. Baik itu sahabat dari SD (Huriyah), sahabat KKN (Azka), sahabat di rumah (Ella), maupun sahabat kuliah (Novira, Hilma, Nabila). Terima kasih karena dengan kalian penulis tidak bingung harus menghubungi siapa ketika sedang kesulitan.
11. Kepada teman-teman seperjuangan, prodi Sosiologi angkatan 2021. Khususnya kelas Sosiologi B.
12. Kepada seluruh narasumber, *Sales Promotion Girl* dari masing-masing brand di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian.
13. Tak lupa terima kasih untuk diri sendiri yang telah kuat menjalani berbagai macam fase kehidupan yang terkadang sulit. Terima kasih sudah mau berusaha dan belajar atas hal-hal yang terjadi dalam hidup. Terima kasih telah menyelesaikan skripsi dengan maksimal walaupun tidak secepat yang lain. Apresiasi sebesar-besarnya telah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. Sekali lagi terima kasih sudah bertahan, mari terus

berjuang dan rayakan diri sendiri. Kamu keren, kamu hebat, Karisma Wulan Sejati.

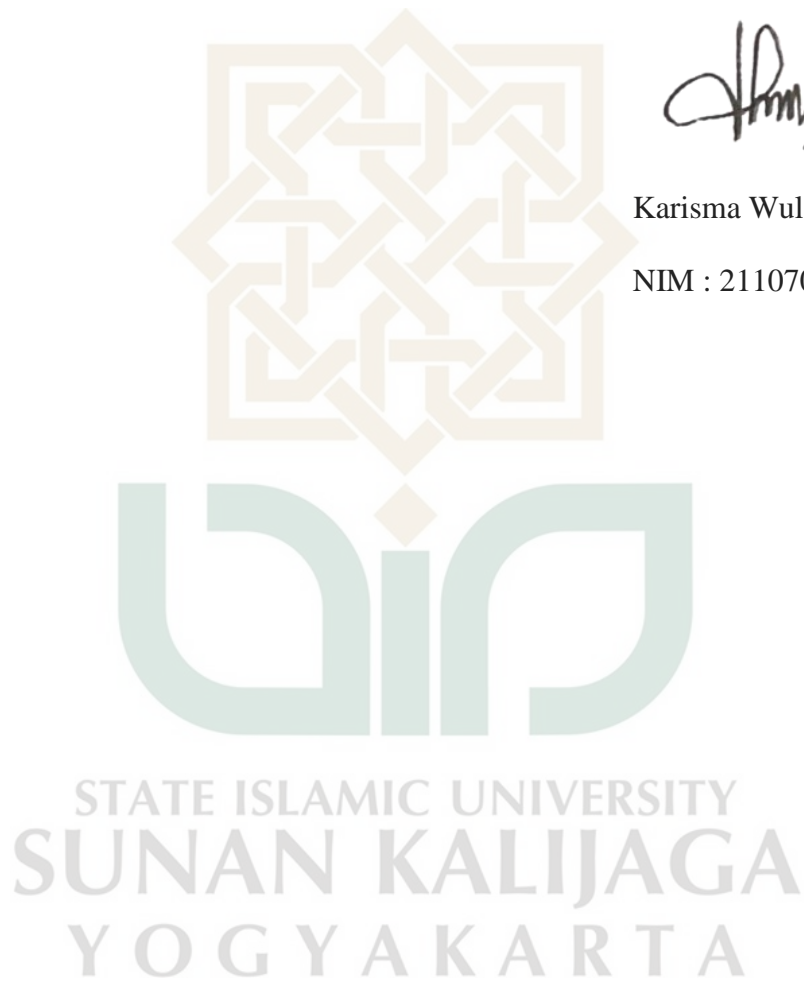
Yogyakarta, 14 Mei 2025

Penulis



Karisma Wulan Sejati

NIM : 21107020048



ABSTRAK

Fenomena *beauty privilege* semakin ramai di masyarakat terutama pada ranah profesional salah satunya dalam karir *Sales Promotion Girl* (SPG). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan terhadap banyaknya iklan lowongan pekerjaan yang mencantumkan *good looking* sebagai syarat rekrutmen. Objek penelitian ini adalah fenomena *beauty privilege* dalam karir SPG dengan subjek penelitian para SPG yang bekerja di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta untuk mengkaji secara mendalam peran *beauty privilege* dalam karir SPG. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan *beauty privilege* bagi SPG, peran *beauty privilege* dalam rekrutmen dan jenjang karir, serta pengaruh *beauty privilege* terhadap peningkatan pelanggan dan penjualan produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dengan SPG dan supervisor, serta dokumentasi. Teori Pilihan Rasional James S. Coleman digunakan untuk menganalisis bagaimana individu (aktor) bertindak secara logis demi memaksimalkan manfaat dan meminimalkan biaya sesuai tujuan yang ingin dicapai.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *beauty privilege* dimaknai SPG sebagai modal non-material yang memberikan keuntungan dalam proses rekrutmen dan promosi pada jenjang karir. *Beauty privilege* menjadi faktor utama dalam rekrutmen SPG karena perusahaan menilai *good looking* sebagai strategi pemasaran yang efektif serta konsumen cenderung lebih tertarik dan responsif terhadap SPG berpenampilan menarik. Dalam promosi dan jenjang karir, *beauty privilege* dianggap penting sebagai kriteria nilai tambah dan mampu merepresentasikan citra merek produk secara optimal. Namun demikian, faktor *inner beauty*, kemampuan berkomunikasi, serta kecerdasan dalam menjual produk juga sangat dibutuhkan agar SPG dapat membangun hubungan baik dengan konsumen dan mencapai hasil penjualan yang lebih optimal. Jadi, *beauty privilege* dianggap mampu berkontribusi pada peningkatan penjualan produk dan pencapaian target perusahaan yang secara langsung berdampak pada jenjang karir SPG. Temuan ini menegaskan bahwa *beauty privilege* tidak hanya menjadi aset individu dalam pengembangan karir, tetapi juga menjadi faktor strategis dalam keberhasilan pemasaran dan peningkatan kinerja perusahaan. Namun, fenomena ini juga menimbulkan ketimpangan peluang bagi individu yang tidak memenuhi standar kecantikan tertentu, sehingga berimplikasi pada ketidaksetaraan di lingkungan kerja.

Kata kunci : *Beauty Privilege, Sales Promotion Girl* (SPG), Rekrutmen, Jenjang Karir

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Tinjauan Pustaka.....	10
F. Landasan Teori	28
1. Definisi Konseptual	28
2. Teori Pilihan Rasional James S. Coleman	33
3. Kerangka Berpikir.....	39
G. Metode Penelitian	40
1. Jenis penelitian.....	40
2. Lokasi Penelitian.....	41
3. Subjek dan Objek Penelitian	42
4. Sumber Data.....	42
5. Teknik Pengumpulan Data.....	43
6. Validitas Data (Triangulasi).....	47

7. Analisis Data.....	48
H. Sistematika Pembahasan.....	51
BAB II GAMBARAN LOKASI PENELITIAN	52
A. Mall Di Yogyakarta	52
1. Perkembangan Mall di Yogyakarta	52
2. Dinamika Pendirian Mall di Yogyakarta	55
B. Plaza Ambarrukmo Yogyakarta	57
1. Profil Plaza Ambarrukmo	57
2. Visi & Misi Plaza Ambarrukmo	60
3. Event di Plaza Ambarrukmo	61
4. Potensi Plaza Ambarukmo Sebagai Objek Penelitian	62
5. Profil Informan.....	65
BAB III REALITA <i>BEAUTY PRIVILEGE</i> DALAM KARIR DAN JENJANG KARIR PADA SPG PLAZA AMBARRUKMO YOGYAKARTA.....	72
A. Pemaknaan <i>Beauty Privilege</i> Yang Diterima Oleh SPG Di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta	72
1. Pemaknaan <i>Beauty Privilege</i> oleh SPG Plaza Ambarrukmo	72
2. Seberapa penting <i>beauty privilege</i> bagi SPG Plaza Ambarrukmo.....	75
B. <i>Beauty Privilege</i> Dalam Rekrutmen Dan Jenjang Karir SPG Plaza Ambarrukmo.....	81
1. <i>Beauty privilege</i> dalam rekrutmen SPG Plaza Ambarrukmo	81
2. <i>Beauty privilege</i> dalam jenjang karir SPG Plaza Ambarrukmo.....	86
C. Peran <i>Beauty Privilege</i> Dalam Peningkatan Jumlah Pelanggan Dan Penjualan Produk	92
BAB IV <i>BEAUTY PRIVILEGE</i> DALAM JENJANG KARIR SPG MENURUT PANDANGAN TEORI PILIHAN RASIONAL JAMES S. COLEMAN.....	98
A. Pemahaman SPG Sebagai Aktor Mengenai <i>Beauty Privilege</i>	99
B. <i>Beauty Privilege</i> Dalam Rekrutmen SPG Membentuk Perilaku Kolektif.	110
C. <i>Rasionalitas Beauty Privilege</i> Dan Jenjang Karir SPG.....	122
D. <i>Beauty Privilege</i> Dalam Peningkatan Penjualan Produk.....	131

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	135
A. Kesimpulan.....	135
B. Saran	136
DAFTAR PUSTAKA.....	138
LAMPIRAN.....	144
A. Instrumen Wawancara	144
B. Dokumentasi.....	145
C. Curriculum Vitae	150



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Lowongan Pekerjaan SPG Bluesky	3
Gambar 1. 2 Lowongan Pekerjaan SPG Indosat	3
Gambar 1. 3 Twitt Terkait Beauty Privilege	6
Gambar 1. 4 Konten Beauty Privilege	6
Gambar 1. 5 Lowongan Pekerjaan Epic Coffe	8
Gambar 1. 6 Lowongan Pekerjaan Aurakalla	8



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kajian Pustaka.....	23
Tabel 1. 2 Observasi di Plaza Ambarrukmo	45
Tabel 2. 1 Event di Plaza Ambarrukmo	61
Tabel 2. 2 Profil Informan.....	66
Tabel 3. 1 Jenjang Karir SPG dan Upaya	86
Tabel 4. 1 Standar Kecantikan Dari Berbagai Negara	100



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kesetaraan laki-laki dan perempuan dalam memasuki dunia kerja pada era saat ini menjadi hal yang utama dalam karir. Hal ini dibuktikan oleh banyaknya kesempatan belajar bagi perempuan sehingga semakin banyak perempuan terdidik dan terampil yang memasuki dunia kerja. Berdasarkan laporan data Badan Pusat Statistik (BPS), tahun 2020 menyatakan bahwa 50,70 juta penduduk usia 15 tahun ke atas yang bekerja adalah perempuan. Data yang lain menyatakan, 27,55% pekerja perempuan di Indonesia merupakan tenaga usaha penjualan.¹

Berdasarkan data BPS tahun 2021, tenaga perempuan yang bekerja mencapai 49,99% atau 51,79 juta pekerja dan 28,6% pekerja perempuan di Indonesia adalah tenaga usaha penjualan.² Selanjutnya tahun 2022, BPS mencatat pekerja perempuan di Indonesia sebanyak 52,74 juta.³ Proporsi pekerja perempuan tenaga usaha penjualan mencapai 28,44% dari seluruh pekerja perempuan sepanjang tahun 2022. Sedangkan pada Agustus 2023, BPS melaporkan jumlah pekerja perempuan di Indonesia sebanyak 52,74 juta jiwa yang setara dengan 38,98% pekerja di

¹ Vika Azkiya Dihni, "Perempuan Indonesia Paling Banyak Bekerja Sebagai Tenaga Usaha Penjualan Persentase Pekerja Perempuan Menurut Jenis Pekerjaan (2020)," Databoks, 2021, <https://databoks.katadata.co.id/ketenagakerjaan/statistik/2ad5dbfb00997a2/perempuan-indonesia-paling-banyak-bekerja-sebagai-tenaga-usaha-penjualan>.

² Monavia Ayu Rizaty, "Perempuan Indonesia Paling Banyak Bekerja Sebagai Tenaga Usaha Penjualan Persentase Pekerja Distribusi Persentase Pekerja Perempuan Menurut Jenis Pekerjaan (2021)," Databoks, 2022, <https://databoks.katadata.co.id/ketenagakerjaan/statistik/07f2da09e1b6f15/mayoritas-perempuan-indonesia-bekerja-sebagai-tenaga-penjualan>.

³ Sholahuddin Ayyubi, "BPS: Jumlah Pekerja Profesional Perempuan Turun," Context.id, 2023, [https://context.id/read/1064/bps-jumlah-pekerja-profesional-perempuan-turun#:~:text=Pekerjaan Profesional Perempuan BPS mencatat ada 52%2C74 juta,pada bidang perkebunan%2C pertanian serta peternakan dan kehutanan](https://context.id/read/1064/bps-jumlah-pekerja-profesional-perempuan-turun#:~:text=Pekerjaan Profesional Perempuan BPS mencatat ada 52%2C74 juta,pada bidang perkebunan%2C pertanian serta peternakan dan kehutanan.).

Indonesia. Sedangkan jumlah perempuan di tenaga usaha penjualan sebanyak 28,44%.⁴

Pekerjaan perempuan di sektor publik meliputi berbagai bidang, termasuk jasa, penjualan, karyawan, Pegawai Negeri Sipil (PNS), dan lain-lain. Salah satu profesi perempuan yang berhubungan dengan penjualan adalah *Sales Promotion Girl* (SPG). SPG merupakan profesi dalam pemasaran dan penjualan yang menuntut penampilan menarik dengan tugas utama menawarkan, mempromosikan, dan menjual produk atau jasa secara langsung kepada konsumen. SPG sering kita temui di tempat-tempat umum seperti mall, cafe, *event-event*, toko, dan tempat hiburan yang banyak dikunjungi masyarakat. Adapun beberapa jenis SPG antara lain SPG Reguler, SPG *Event Reguler*, *Event Staff*, *Merchandiser*, *Beauty Advisor*, SPG *Event*, SPG *Mobile*.⁵ SPG juga memiliki jenjang karir antara lain SPG junior, SPG senior, *Koordinator SPG*, *Supervisor Sales Promotion*, *Manager Promosi*, *Manager Pemasaran*, dan *Direktur Pemasaran*.⁶

Perempuan dianggap ideal untuk menjadi SPG karena terkait dengan karakter dan sifat feminin mereka. Ciri khas perempuan yang lembut, kemampuan merayu melalui penampilan fisik, *good looking*, dan keterampilan berbicara yang baik menjadikannya cocok untuk menjual produk kepada konsumen. SPG berfungsi

⁴ Badan Pusat Statistik, "Statistik Penduduk Lanjut Usia 2023," *Analytical Biochemistry* 20, no. 1 (2023): 1–326, <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>.

⁵ Jobstreet tim konten, "SPG Adalah Sales Promotion Girl, Ini Tugas Dan Gajinya," Jobstreet, 2024, <https://id.jobstreet.com/id/career-advice/article/spg-adalah-tugas-gaji>.

⁶ Sorotan Media, "Jenjang Karier SPG Beserta Tugas & Tanggung Jawabnya," Highlight ID, 2024, https://highlight.id/jenjang-karier-sales-promotion-girl-spg-tugas-tanggung-jawab/#google_vignette.

sebagai nilai jual (*selling point*) bagi produk tersebut dengan memanfaatkan daya tarik fisik perempuan, sehingga perusahaan dapat meraih keuntungan besar. Oleh karena itu, selain kemampuan komunikasi yang baik, penampilan menarik dan daya tarik fisik menjadi kriteria utama dalam pekerjaan ini.⁷

Gambar 1. 1 Lowongan Pekerjaan SPG Bluesky



Gambar 1. 2 Lowongan Pekerjaan SPG Indosat



Sumber Instagram: @loker.jogja, diakses pada 2 Oktober 2024

Sumber Instagram: @loker.jogja, diakses 7 Maret 2024

Pada Gambar 1.1, terlihat bahwa lowongan pekerjaan sebagai *Sales Promotion Girl* (SPG) di sebuah kafe mensyaratkan kualifikasi berpenampilan menarik (*good looking*) untuk pelamar, baik perempuan maupun laki-laki. Sementara itu, pada Gambar 1.2, lowongan kerja sebagai SPG kartu Indosat juga mencantumkan kualifikasi serupa, yakni berpenampilan menarik. Kedua contoh tersebut mengindikasikan bahwa kriteria fisik, khususnya penampilan menarik, menjadi salah satu pertimbangan utama dalam proses rekrutmen di beberapa bidang

⁷ Rusni Hadji, Nurdin Nurdin, and Lukman Ismail, "Persepsi Sosial Terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan (Studi Kasus Sales Promotion Girl Di Mall Ratu Indah Makassar)," *Aksiologi : Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 44–55, <https://doi.org/10.47134/aksiologi.v1i1.17>.

pekerjaan. Fenomena ini menunjukkan adanya *beauty privilege* atau keistimewaan yang diperoleh individu dengan penampilan fisik menarik di dunia kerja.

Lowongan pekerjaan SPG di atas menunjukkan bahwa penampilan menarik memiliki peran penting dalam kriteria seleksi, terutama dalam profesi yang berfokus pada interaksi langsung dengan pelanggan. Posisi sebagai SPG sangat bergantung pada kemampuan untuk menarik perhatian dan membangun hubungan positif dengan pelanggan, sehingga penampilan menarik menjadi syarat yang umum. Akibatnya, masyarakat sering memberikan stereotip negatif terhadap SPG, menganggap mereka hanya mengandalkan kecantikan dengan *make up* yang tebal dan dianggap berperilaku feminin atau centil.⁸

Cantik menurut KBBI adalah elok; molek (tentang wajah, muka perempuan); serta mengacu pada bentuk fisik seperti tubuh maupun wajah seseorang.⁹ Di Indonesia, standar kecantikan perempuan sering kali diartikan sebagai memiliki kulit putih, bersih, dan mulus, hidung mancung, serta tubuh langsing. Menurut survei ZAP Beauty Index pada Agustus 2020 yang melibatkan 17.889 responden di Indonesia, 73,1% dari mereka merasa terstigma bahwa definisi cantik adalah memiliki kulit putih, bersih, dan glowing, serta merasa kurang percaya diri jika memiliki kulit yang lebih gelap.¹⁰ Standarisasi ini menyebabkan kelompok-kelompok tertentu termarginalkan karena tidak memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh masyarakat.

⁸ Hadji, Nurdin, and Ismail.

⁹ Kemendikbud, "KBBI," Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.

¹⁰ Zap Clinic and MarkPlus Inc, "ZAP Beauty Index Agustus 2020," *ZAP Beauty Index 2020*, 2020, 1–30.

Fenomena di kalangan masyarakat terutama Gen Z menyebutnya sebagai *beauty privilege*. *Beauty privilege* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perlakuan khusus atau keistimewaan yang diberikan kepada orang-orang yang cantik, *good looking*, dan menarik. Dalam konteks ini, orang-orang yang standar kecantikan sering kali mendapatkan keuntungan dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari kesempatan memenuhi pekerjaan yang lebih baik hingga perhatian lebih dalam interaksi sosial. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa individu yang dianggap menarik cenderung lebih mudah diterima di lingkungan sosial, mendapatkan promosi di tempat kerja, dan bahkan mendapat perlakuan lebih baik di layanan publik.

Berdasarkan jurnal mengenai *Interpretation Of Beauty Privilege in Film*, *beauty privilege* juga tertuang dalam sebuah film.¹¹ *Film Backstage* merupakan film Indonesia yang mengangkat isu *beauty privilege* dibalut dengan genre drama. *Beauty privilege* yang terjadi di Indonesia menciptakan ketidakadilan dalam masyarakat. Film ini menceritakan tentang dua orang kakak beradik yang mengejar karirnya, namun terjadi ketidakadilan dalam hal popularitas dikarenakan oleh perbedaan paras antara keduanya. Permasalahan ini berada pada perbedaan perlakuan yang didapatkan dari paras yang sesuai standar kecantikan. Hal ini menunjukkan fakta bahwa penampilan atau fisik seseorang adalah hal yang pertama dan paling utama dilihat dalam melihat seseorang. Stigma sebagian masyarakat atas

¹¹ Jocelyn Jocelyn, "Interpretation Of Beauty Privilege In Film (Case Study Of Reception Analysis Of The Backstage Film)," *Jurnal Vokasi Indonesia* 12, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.7454/jvi.v12i1.1220>.

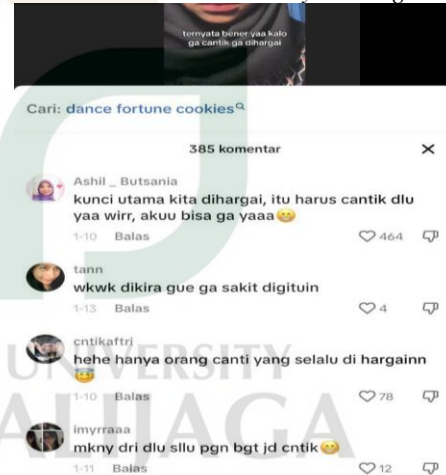
standarisasi kecantikan tersebut banyak dipengaruhi oleh kekuatan media dalam mengkonstruksi paham kecantikan.

Dilansir dari akun tiktok @jianshr dan twitter @abouthify_id, banyak sekali orang-orang yang setuju jika kita cantik maka kita akan lebih dihargai. Hal ini mendorong banyak masyarakat, terutama generasi muda, termotivasi dengan penampilan mereka demi mendapatkan penerimaan dari lingkungan sekitar dan pengakuan bahwa mereka memenuhi standar kecantikan yang berlaku dalam masyarakat. Obsesi ini tidak hanya mencerminkan keinginan untuk diterima, namun juga menunjukkan betapa kuatnya pengaruh norma-norma kecantikan yang berlaku.

Gambar 1. 3 Twitt Terkait Beauty Privilege



Gambar 1. 4 Konten Beauty Privilege



Sumber Twitter: @abouthify_id, diakses 28 Februari 2024

Sumber Tiktok: @jianshr, diakses 28 Februari 2024

Sarana eksistensi diri yang utama bagi wanita muda adalah kebutuhan untuk meningkatkan kualitas penampilan yang didukung dengan tuntutan agar tampil sempurna. Banyak perempuan merasa tertekan untuk mengubah penampilan

mereka agar sesuai dengan ekspektasi tersebut, yang sering kali ditentukan oleh media sosial dan budaya populer. Dalam upaya untuk memenuhi standar ini, mereka mungkin berinvestasi dalam berbagai produk kecantikan seperti *skincare* dan *make up*, menjalani perawatan tubuh, bahkan melakukan operasi tubuh untuk mengubah bentuknya.

Kondisi ini menciptakan siklus di mana kecantikan menjadi tolok ukur nilai diri dan status sosial. Akibatnya, fenomena *beauty privilege* ini tidak hanya berdampak pada individu secara pribadi, namun juga menciptakan ketidakadilan sosial yang lebih luas di masyarakat. Dalam segi karir, wanita yang cantik dan berpenampilan menarik bisa menjadi aset untuk mendapatkan pekerjaan dan menunjang karirnya, sehingga akan berpengaruh pada penempatan posisinya di dunia kerja tersebut. Hal ini terlihat dari adanya pamflet atau selebaran yang membuka lapangan pekerjaan terdapat syarat “*good looking*”, “*good communication skill*”, bahkan “*Korean look*”.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 1. 5 Lowongan Pekerjaan Epic Coffe



Gambar 1. 6 Lowongan Pekerjaan Aurakalla



Sumber Instagram: @loker.jogja, diakses 2

Oktober 2024

Sumber Instagram: @loker.jogja, diakses 28

Februari 2024

Secara tidak langsung penampilan menarik termasuk gaya *Korean Look*, seolah menjadi tuntutan dan keharusan bagi perempuan yang ingin berkarir. Selain itu, penampilan yang menarik juga memiliki peran penting dalam mencapai status sosial yang lebih tinggi di bidang bisnis, karir, *profesionalisme*, pergaulan, kehidupan sosial dan keluarga.¹² Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk mengkaji peran *beauty privilege* dalam rekrutmen dan jenjang karir seseorang SPG. Penelitian ini juga mengungkap peran dan keberlangsungan *beauty privilege* di dunia kerja SPG dalam hal peningkatan penjualan produk. Selain itu, penelitian ini juga mengungkap terkait makna *beauty privilege* dari para SPG dalam dunia kerja.

¹² Viazensa Tiara Pratami, Reni Nuryani, and Sri Wulan Lindasari, “Tingkat Kepercayaan Diri Pada Wanita Dewasa Awal Dengan Adanya Tren Beauty Privilege,” *Jurnal Keperawatan* 15, no. 3 (2023): 1101–8.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka dalam penelitian ini terdapat pertanyaan yaitu :

Bagaimana *beauty privilege* berperan dalam jenjang karir SPG (*Sales Promotion Girl*) di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pemaknaan *beauty privilege* yang diterima oleh *Sales Promotion Girl* (SPG) di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.
2. Mengetahui faktor *beauty privilege/good looking* yang berperan dalam proses rekrutmen dan jenjang karir SPG Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.
3. Mengetahui faktor *Sales Promotion Girl* (SPG) yang *good looking* dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan peningkatan penjualan produk.

D. Manfaat Penelitian

Dilihat dari dua sisi manfaat penelitian tersebut, yaitu teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi bagi bidang budaya populer, khususnya mengenai gaya hidup modern.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang sosiologi kebudayaan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pemerintah untuk memperluas lapangan pekerjaan dan membuat program yang bertujuan untuk meningkatkan *skill* serta dapat berguna bagi kesehatan mental masyarakat terutama anak muda yang tidak terdampak *beauty privilege*.

b. Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, khususnya anak muda dalam meningkatkan pemahaman mengenai dampak *beauty privilege* dan upaya untuk menghadapinya terutama dalam dunia kerja.

c. Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dalam penelitian yang sama terkait *beauty privilege* serta dapat memahami konteks *beauty privilege* dalam suatu dinamika jenjang karir.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti memilih beberapa jurnal dan skripsi dari penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian yang akan dilakukan. Penelitian sebelumnya dipilih berdasarkan kebutuhan referensi dan panduan untuk penelitian yang akan dilakukan. Selain itu juga digunakan sebagai bahan perbandingan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian diambil sebagai bahan rujukan, yaitu sebagai berikut:

Pertama, penelitian dalam jurnal Dimensi, Journal of Sociology, University Of Trunojoyo Madura yang berjudul “Konstruksi Kecantikan Di Kalangan Wanita Karier (Di Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan)” yang ditulis oleh Deni

Ria Rukmawati dan Iskandar Dzulkarnain pada tahun 2015. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kecantikan saat ini merupakan suatu keharusan bagi kaum wanita yang menjadi gaya hidup dimana mereka akan selalu berlomba-lomba untuk menjadikan dirinya cantik sesuai dengan trend kecantikan yang terjadi. Selain itu, obsesi cantik juga menyebabkan sifat konsumerisme karena para wanita akan selalu melakukan perawatan dan mengkonsumsi produk kecantikan secara terus menerus untuk mencapai cantik itu sendiri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan subjek wanita karir di Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan. Antara lain kerabat yang bekerja di Bank BRI, SPG rokok, dan klinik kecantikan.

Dalam penelitian tersebut memiliki persamaan, yaitu sama-sama mengkaji pentingnya menjadi cantik karena adanya konstruksi kecantikan di lingkungannya terutama pada wanita karir. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian ini berfokus pada konstruksi kecantikan pada wanita karir saja. Sedangkan fokus kajian peneliti adalah *beauty privilege* dalam jenjang karir SPG.¹³

Kedua, penelitian dalam jurnal Aksiologi, Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial yang berjudul “Persepsi Sosial Terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan (Studi Kasus *Sales Promotion Girl* Di Mall Ratu Indah Makassar)”, yang ditulis oleh Rusni Hadji, Drs. H. Nurdin, M. Pd, Lukman Ismail pada tahun 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tubuh diumpamakan sebagai salah satu komoditas

¹³ Deni Ria Rukmawati and Iskandar Dzulkarnain, “Konstruksi Kecantikan Di Kalangan Wanita Karier (Di Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan),” *Journal of Sociology* 8, no. 1 (2015): 1–16.

yang memiliki nilai jual. Sebagaimana masyarakat melihat SPG sebagai profesi yang negatif karena penggunaan baju yang seksi, *make up* tebal, sampai kepada bahasa verbal yang lebih agresif dan memaksa pada saat menawarkan produk. Profesi SPG dipandang oleh masyarakat sebagai salah satu profesi yang hanya mengandalkan kecantikan. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan subjek *Sales Promotion Girl* di Mall Ratu Indah Makassar.

Dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti peneliti memiliki persamaan yakni sama-sama mengkaji tentang stereotip negatif masyarakat dimana SPG dinilai hanya mengandalkan kecantikan saja. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah fokus kajian pada penelitian ini membahas mengenai komodifikasi tubuh SPG dan respon masyarakat terhadap SPG sedangkan peneliti membahas mengenai faktor *beauty privilege* dalam dinamika karir SPG.¹⁴

Ketiga, penelitian dari *Bureaucracy Journal: Indonesian Journal of Law and Social-Political Governance* yang berjudul “Syarat Berpenampilan Menarik Pada Pendaftaran Calon Mahasiswa Sebagai Salah Satu Diskriminasi Di Dunia Pendidikan”, yang ditulis oleh Wiwin Saputri dan HR Adianto Mardijono pada tahun 2023. Hasil penelitian menunjukkan permasalahan yang ditemui dalam bidang pendidikan di Indonesia adalah pencantuman syarat berpenampilan menarik untuk mendapat akses pendidikan. Ini terjadi dalam universitas tertentu di jurusan perbankan. Persyaratan ini dinilai diskriminatif karena calon

¹⁴ Hadji, Nurdin, and Ismail, “Persepsi Sosial Terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan (Studi Kasus Sales Promotion Girl Di Mall Ratu Indah Makassar).”

mahasiswa yang tidak memiliki persyaratan tersebut tidak dapat mendaftar atau berpotensi akan ditolak universitas terkait. Hal inilah yang kemudian disebut sebagai diskriminasi dan pembatasan hak atas Pendidikan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

Dalam penelitian tersebut memiliki persamaan yaitu sama-sama mengkaji tentang *good looking* menjadi syarat untuk masuk ke bidang pendidikan ataupun karir seseorang terutama dalam hal ini adalah perempuan. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah subjek dari penelitian ini adalah faktor *good looking* terjadi dalam bidang pendidikan sedangkan peneliti pada bidang karir.¹⁵

Keempat, penelitian dari Jurnal Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya yang berjudul “Konsep *Beauty Privilege* Membentuk Kekerasan Simbolik”, yang ditulis oleh Shinta Aprilianty, Siti Komariah, Mirna Nur Alia Abdullah pada tahun 2023. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsep *beauty privilege* terjadi beberapa lingkungan pendidikan, lingkungan kerja, lingkungan keluarga, lingkungan pertemanan, dan lingkungan masyarakat yang dapat menyebabkan kekerasan simbolik. Contoh nyata di lingkungan pendidikan seperti memberikan fasilitas khusus, pemberian peringkat secara suka dan keringanan tugas terhadap siswa atau mahasiswa yang dianggap cantik. Kemudian pada lingkungan kerja individu yang dianggap memenuhi standar kecantikan mendapatkan peluang serta afirmasi dibandingkan individu yang dianggap biasa saja. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

¹⁵ W Saputri and H R A Mardijono, “Syarat Berpenampilan Menarik Pada Pendaftaran Calon Mahasiswa Sebagai Salah Satu Diskriminasi Di Dunia Pendidikan,” *Bureaucracy Journal* 3, no. 1 (2023): 569–83, <https://doi.org/10.53363/bureau.v3i1.202>.

Dalam penelitian tersebut memiliki persamaan yaitu sama-sama mengkaji mengenai *beauty privilege* yang terjadi dalam lingkungan kerja. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah Subjek dan teori yang digunakan. Subjek pada penelitian ini adalah pengguna *Twitter*, serta menggunakan teori kekerasan simbolik. Sedangkan peneliti subjeknya adalah SPG dan menggunakan teori pilihan rasional Coleman.¹⁶

Kelima, penelitian dalam skripsi yang berjudul “Analisis Peran *Sales Promotion Girl* (SPG) Terhadap Media Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Perusahaan (Studi Kasus PT. Multi Media Seluler Kota Metro)”, yang ditulis oleh Reza Rizki Pahlevi pada tahun 2019. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa profesi SPG ini biasanya menggunakan wanita yang mempunyai karakter fisik yang menarik sebagai usaha untuk menarik perhatian konsumen. Penggunaan SPG terhadap media pemasaran pada PT. Multi Media Seluler Kota Metro dapat meningkatkan omset perusahaan yang di pengaruhi oleh target yang diterapkan. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan subjek AdrianAZ selaku *Head of Marketing* dan SPG yaitu Niar, Lolita, Helen di PT Multi Media Seluler Kota Metro.

Dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti teliti memiliki persamaan, yaitu sama-sama mengkaji tentang peran SPG sebagai media pemasaran dapat meningkatkan omset perusahaan. Adapun perbedaannya adalah

¹⁶ Shinta Aprilianty, Siti Komariah, and Mirna Nur Alia Abdullah, “Konsep Beauty Privilege Membentuk Kekerasan Simbolik,” *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 9, no. 1 (2023): 149, <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i1.1253>.

subjek yang digunakan pada penelitian ini PT. Multi Media Seluler Kota Metro, sedangkan peneliti adalah SPG di Ambarrukmo.¹⁷

Keenam, penelitian dalam skripsi yang berjudul “*Beauty Vlog dan Makna Kecantikan Bagi Perempuan Muda Di Kota Jakarta*”, yang ditulis oleh Fariza Rahmadinna pada tahun 2019. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat interaksi dinamis yang terjadi antara perempuan muda dengan *beauty vlog*, sehingga mereka dapat menafsirkan simbol-simbol kecantikan yang kemudian dapat membentuk makna kecantikan dalam kognisi mereka yang diwujudkan ke dalam perilaku cantik sehari-hari. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan subjek Perempuan muda dengan rentang umur 19-23 tahun, berdomisili di Jakarta, gemar menonton video-video yang diunggah oleh *beauty vlogger*, menyukai *make up* dan melakukan perilaku kecantikan, peduli terhadap kecantikan termasuk *fashion*.

Dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan peneliti teliti memiliki persamaan, yaitu sama-sama mengkaji tentang fenomena *beauty privilege* yang terjadi pada kalangan perempuan. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah metode dan subjek yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode etnografi dengan subjek *beauty vlogger*.¹⁸

Ketujuh, penelitian dalam jurnal yang berjudul “Analisis Perspektif *Influencer Pada Beauty Privilege Dalam Sosial Media Instagram*” yang ditulis

¹⁷ Reza Rizki Pahlevi, “Analisis Peran Sales Promotion Girl Terhadap Media Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Perusahaan (Studi Kasus PT Multi Media Seluler Kota Metro),” *IAIN Metro Lampung* 11, no. 1 (2019): 1–95.

¹⁸ Fariza Rahmadinna, “Beauty Vlog Dan Makna Kecantikan Bagi Perempuan Muda Di Kota Jakarta,” *Skripsi*, no. 1 (2019): 1–102, <http://eprints.undip.ac.id/81043/1/SKRIPSIFARIZARAHMADINNA.pdf>.

oleh Niki Anartia, Riska Amaretha, dan Ridma Meltareza pada tahun 2024. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *beauty privilege* bukan hanya tentang penampilan fisik yang menarik, tapi bagaimana individu dapat memenuhi standar yang ditetapkan masyarakat. Berkaitan pada media sosial Instagram, *beauty privilege* juga dapat menjadi pengaruh untuk sebagian individu untuk menjalani kehidupannya di dunia maya. Dengan banyaknya *followers*, meningkatnya *engagement*, serta manfaat lainnya yang mereka dapatkan sebagai pengguna media sosial Instagram dengan kecantikan yang dimilikinya. *Beauty privilege* dapat mempengaruhi kehidupan baik aspek sosial dan juga karir. penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Dalam penelitian tersebut terdapat persamaan yaitu sama sama membahas mengenai pandangan masyarakat terhadap standar kecantikan dipengaruhi oleh *beauty privilege* yang terjadi dibidang karir. Adapun perbedaannya yakni fokus kajian pada penelitian ini adalah faktor *beauty privilege* terjadi dalam karir di media sosial Instagram dengan subjek *influencer* muda, dewasa dan *social media specialist*. Sedangkan peneliti fokus kajiannya adalah *beauty privilege* dalam karir SPG.¹⁹

Kedelapan, penelitian dalam jurnal Perempuan, Agama, dan Gender UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang berjudul “Pengaruh Penampilan Modis Terhadap Pengembangan Karir Karyawan Perempuan Pada Bank Danamon Cabang Pekanbaru”, yang ditulis oleh Ainun Mardiah pada tahun 2010. Hasil penelitian

¹⁹ Niki Anartia, Riska Amaretha, and Ridma Meltareza, “Analisis Perspektif Influencer Pada Beauty Privilege Dalam Sosial Media Instagram,” *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora* 2, no. 1 (2023): 27–40, <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i1.679>.

tersebut menunjukkan bahwa penampilan modis (*good looking*) berpengaruh signifikan terhadap pengembangan karir karyawan perempuan pada Bank Danamon cabang Pekanbaru. Selain itu, para karyawan dituntut untuk selalu *good looking* dan berpenampilan modis. Hal ini dibuktikan dengan adanya buku panduan yang berisi peraturan mengenai tata cara berpenampilan di kantor.

Dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti peneliti memiliki persamaan yakni sama-sama membahas mengenai *good looking* dalam pengembangan karir karyawan. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah subjek yang digunakan karyawan Bank Danamon cabang Pekanbaru. Sedangkan subjek yang akan peneliti kaji adalah SPG di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.²⁰

Kesembilan, penelitian dalam skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “Pengaruh *Self-Compassion*, *Social Comparison*, dan *Gratitude* terhadap *Body Image Sales Promotion Girl*”, yang ditulis oleh Deyana Widhi Rosmayanti pada tahun 2023. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *body image* SPG memiliki korelasi dalam pembentukan tujuan karir mereka dan evaluasi terhadap kondisi fisik dinilai dapat mempengaruhi pengembangan karir SPG. Hal ini maksudnya adalah kepercayaan diri dan rasa aman mereka yakni ketika berpenampilan sesuai ketentuan yang berlaku ditempat kerja. SPG dituntut untuk selalu berpenampilan menarik dan bertubuh ideal. Maka SPG seringkali membandingkan tubuhnya dengan rekan kerja mereka yang dianggap memiliki penampilan yang lebih ideal.

²⁰ Ainun Mardiah, “Pengaruh Penampilan Modis Terhadap Pengembangan Karir Karyawan Perempuan Pada Bank Danamon Cabang Pekanbaru,” *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender* 9, no. 2 (2010): 134, <https://doi.org/10.24014/marwah.v9i2.477>.

Dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti peneliti memiliki persamaan yakni tuntutan berpenampilan menarik untuk SPG dan *body image* (penampilan tubuhnya) yang dapat mempengaruhi pengembangan karir mereka. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah fokus kajiannya yakni pengaruh *self-compassion*, *social comparison*, dan *gratitude* terhadap *body image* SPG. Sedangkan fokus kajian peneliti yakni pengaruh berpenampilan menarik (*good looking*) terhadap jenjang karir SPG.²¹

Kesepuluh, penelitian dalam tesis S-2 Program Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia, yang berjudul “*The dark Side Of Sales Promotion Girl: Fenomenologi Pengalaman Sales Promotion Girl di Industri Rokok*”, yang ditulis oleh Rizkika Awalia pada tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Sales Promotion Girl* (SPG) merupakan ikon yang digunakan perusahaan untuk mempromosikan produk, dimana tuntutan penampilan fisik yang menarik, cantik, dan seksi untuk menciptakan kesan *good looking* di mata pelanggan yang umumnya adalah laki-laki sehingga mereka diharuskan untuk menggunakan seragam yang mini, *make up*, dan *high heels*. Selain itu, sisi gelap SPG rokok yakni pergaulan bebas, mabuk, dan seks bebas sudah menjadi hal yang biasa bagi SPG rokok. Adapun sisi gelap yang lainnya adalah pelecehan seksual yang diterima SPG rokok seperti siulan, colekan dibagian tertentu, dan penyimpangan secara seksual seperti menerima *booking* (bo) menggunakan *body contact* (kencan

²¹ Pengaruh Self-compassion et al., “Pengaruh Self-Compassion, Social Comparison, Dan Gratitude Terhadap Body Image Sales Promotion Girl Skripsi,” 2023.

satu malam) tanpa adanya paksaan. Hal inilah yang menimbulkan stigma negatif sangat melekat pada SPG rokok.

Dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti peneliti memiliki persamaan yakni tuntutan penampilan fisik yang menarik, cantik, dan seksi untuk menciptakan kesan *good looking* di mata pelanggan adalah yang utama dalam pekerjaan menjadi SPG. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah fokus kajian pada penelitian ini adalah fakta mengenai sisi negatif seorang SPG rokok dan stigma negatif yang diterima SPG rokok. Sedangkan peneliti fokus kajiannya mengenai *beauty privilege* dalam karir seorang SPG.²²

Kesebelas, penelitian dalam Jurnal Darussalam Pemikiran Hukum Ketatanegaraan dan Perbandingan Mazhab yang berjudul “Integrasi Teori Stigma Erving Goffman Terhadap Keadilan Sosial Bagi *Good Looking* dan Diskriminasi Untuk *Bad Looking*”, yang ditulis oleh Ayu Arbia dan Arif Sugitanata pada tahun 2024. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa fenomena “*lookism*” atau diskriminasi berdasarkan penampilan yang membuat individu terbagi menjadi dua kelompok yakni kelompok “*good looking*” atau orang yang dianggap menarik dan “*bad looking*” atau orang yang dianggap kurang menarik. Fenomena ini menghasilkan ketidakadilan sosial yang nyata dimana individu *good looking* dianggap lebih kompeten dan mendapat peluang baik, baik dalam ranah sosial maupun profesional sedangkan yang dianggap *bad looking* mengalami kerugian yakni kesulitan mendapat pekerjaan dan kenaikan jabatan meskipun memiliki

²² Rizkika Awalia, “The Dark Side Of Sales Promotion Girl (Fenomenologi Pengalaman Sales Promotion Girl Di Industri Rokok),” *M.A Thesis*, 2018, 51, <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/11353>.

kualifikasi yang sama bahkan lebih tinggi. Analisis dari teori stigma Ervin Goffman menunjukkan bahwa penampilan fisik berfungsi sebagai stigma yang mendiskreditkan individu, dimana penampilan menjadi kriteria utama dalam penilaian kompetensi dan karakter.

Dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti peneliti memiliki persamaan yakni sama-sama membahas mengenai *beauty privilege* dalam kehidupan sosial dan profesional dan timbulnya diskriminasi bagi *bad looking*. Adapun perbedaan dalam penelitian ini yakni jurnal ini menganalisis fenomena *beauty privilege* menggunakan teori stigma Erving Goffman sedangkan peneliti menggunakan teori Pilihan Rasional James S. Coleman sebagai alat analisis.²³

Keduabelas, penelitian dalam Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi yang berjudul “Analisis Wacana Kritis atas Standarisasi Kecantikan Perempuan dalam Pemberitaan Rubrik Figur di Joglojateng.com”, yang ditulis oleh Athok Mahfud pada tahun 2025. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terjadinya standarisasi yang memposisikan sebagai objek pasif serta mereduksi kompleksitas perempuan hanya terbatas pada tampilan fisik semata. Adanya ketimpangan gender membuat perempuan terdiskriminasi dalam kehidupan sosial. Strukturisasi gender telah bekerja dalam kapitalisme media dan sistem patriarki yang menindas kaum perempuan.

²³ Arif Sugitanata Ayu Arbia, “Integrasi Teori Stigma Erving Goffman Terhadap Keadilan Sosial Bagi ‘Good Looking’ Dan Diskriminasi Untuk ‘Bad Looking,’” *Jurdat Stis Darussalam Bermi* 4 (2024): 110–24.

Dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti peneliti memiliki persamaan yakni sama-sama membahas mengenai pemaknaan *good looking* dan standarisasi kecantikan pada perempuan. Adapun perbedaan dalam penelitian ini yakni pada jurnal ini menggunakan teori strukturasi gender dalam menganalisis fenomena standar kecantikan yang berlaku dan menggunakan media Joglojateng.com sebagai subjek penelitian. Sedangkan peneliti menggunakan teori Pilihan Rasional James S. Coleman dan SPG di Plaza Ambarukmo sebagai subjek penelitian.²⁴

Ketigabelas, penelitian dalam *British Journal of Sociology of Education* yang berjudul “*Reproducing privilege through whiteness and beauty: an intersectional analysis of elite Chilean university students’ practices*”, yang ditulis oleh Paulina Rodríguez & Louise Archer pada tahun 2022. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat *beauty privilege* dan mendapat keuntungan dari rasisme. Beberapa perempuan muda elit dapat memanfaatkan kecantikan mereka (yang dirasionalisasikan, diklasifikasikan dan diheteroseksualkan) untuk menghasilkan perbedaan kelas dalam lingkungan pertemanan. Dengan itu mereka juga mendapat karir dengan sedikit lebih mudah. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan subjek 20 mahasiswa di universitas elit di Chili.

Dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti peneliti memiliki persamaan yakni sama-sama mengkaji tentang *beauty privilege* dapat terjadi di Indonesia maupun di luar negeri. Adapun perbedaan dalam penelitian ini

²⁴ Athok Mahfud, “Analisis Wacana Kritis Atas Standarisasi Kecantikan Perempuan Dalam Pemberitaan Rubrik Figur Di Joglojateng.Com,” *Hulondalo* 4 (2025): 18–33.

adalah fokus kajian pada penelitian ini *beauty privilege* terjadi dalam pertemanan, subjeknya adalah 20 mahasiswa di Universitas Chili, serta menggunakan metode kuantitatif.²⁵

Keempatbelas, penelitian dalam jurnal Middle Tennessee State University (jewlsholar) yang berjudul “*Pretty Privilege at Work: The Influence of Physical Attractiveness on Hiring Decisions, Mediated by Perceived Efficacy*”, yang ditulis oleh Madeline J. Chance pada tahun 2023. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat fakta bahwa *beauty privilege* seseorang berperan dalam proses perekrutan kerja. Tetapi meskipun *beauty privilege* menentukan perekrutan, gaji dan pemutusan kerja tidak dilandasi karena hal itu saja, namun kinerja adalah faktor utama dalam pemutusan kerja. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan subjek 130 partisipan.

Dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti peneliti memiliki persamaan yakni sama sama mengkaji tentang *beauty privilege* yang terjadi di dunia pekerjaan (karir). Adapun perbedaannya adalah metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan subjek 130 partisipan.²⁶

Kelimabelas, penelitian dalam jurnal School of Education, Thompson Rivers University (arcabc) yang berjudul “*Pretty Privilege In Education: More Than A Body, More Than A Blond*”, yang ditulis oleh Chelsie Longstreet pada tahun 2021.

²⁵ Paulina Rodríguez and Louise Archer, “Reproducing Privilege through Whiteness and Beauty: An Intersectional Analysis of Elite Chilean University Students’ Practices,” *British Journal of Sociology of Education* 43, no. 5 (2022): 804–22, <https://doi.org/10.1080/01425692.2022.2060186>.

²⁶ Madeline J. Chance, “Pretty Privilege at Work: The Influence of Physical Attractiveness on Hiring Decisions, Mediated by Perceived Efficacy” 16, no. 1 (2022): 1–23.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa di dalam bidang pendidikan, kemampuan siswa didasarkan pada penampilan fisik. Diskriminasi berdasarkan identitas simbol kecantikan terjadi nyata adanya. Identitas pribadi dan representasi citra tubuh tidak ada hubungannya dengan kesuksesan pendidikan (kemampuan akademik). Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif.

Dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti peneliti memiliki persamaan yakni sama sama membahas mengenai diskriminasi yang dialami oleh perempuan karena adanya standar kecantikan. Adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah fokus kajian pada penelitian ini terletak pada bidang pendidikan sedangkan peneliti berfokus pada bidang karir.²⁷

Tabel 1. 1 Kajian Pustaka

No.	Judul	Penulis	Persamaan	Perbedaan	Kontribusi
1.	Konstruksi Kecantikan Di Kalangan Wanita Karier (Di Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan)	Deni Ria Rukmawati dan Iskandar Dzulkarnain (2015)	Pentingnya menjadi cantik karena adanya konstruksi kecantikan di lingkungannya terutama pada wanita karir	Penelitian ini berfokus pada konstruksi kecantikan pada wanita karir saja. Sedangkan fokus kajian peneliti adalah <i>beauty privilege</i> dalam jenjang karir SPG.	Memberikan pemahaman mengenai konstruksi kecantikan dan dinamikanya bagi wanita.
2.	Persepsi Sosial Terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan (Studi Kasus <i>Sales Promotion Girl</i> Di Mall Ratu Indah Makassar)	Rusni Hadji, Drs. H. Nurdin, dan M. Pd, Lukman Ismail (2020)	Stereotip negatif masyarakat dimana SPG dinilai hanya mengandalkan kecantikan saja	Fokus kajian pada penelitian ini membahas mengenai komodifikasi tubuh SPG dan respon masyarakat terhadap SPG sedangkan peneliti membahas mengenai faktor <i>beauty privilege</i>	Memberikan data bahwa SPG dilihat dari kecantikan dan penampilan menarik

²⁷ Chelsie Longstreet, "Pretty Privilege In Education," *NBER Working Papers*, 2021, 89, <http://www.nber.org/papers/w16019>.

				dalam dinamika karir SPG.	
3.	Syarat Berpenampilan Menarik Pada Pendaftaran Calon Mahasiswa Sebagai Salah Satu Diskriminasi Di Dunia Pendidikan	Wiwin Saputri dan HR Adianto Mardijono (2023)	<i>Good looking</i> menjadi syarat untuk masuk ke bidang pendidikan ataupun karir seseorang	Subjek dari penelitian ini adalah faktor <i>good looking</i> terjadi dalam bidang pendidikan sedangkan peneliti pada bidang karir	Memberikan penjelasan mengenai diskriminasi bagi seseorang yang terjadi bahkan di bidang pendidikan
4.	Konsep <i>Beauty Privilege</i> Membentuk Kekerasan Simbolik	Shinta Aprilianty, Siti Komariah, dan Mirna Nur Alia Abdullah (2023)	<i>Beauty privilege</i> yang terjadi dalam lingkungan kerja	Subjek dan teori yang digunakan. Subjek pada penelitian ini adalah pengguna <i>Twitter</i> , serta menggunakan teori kekerasan simbolik.	<i>Beauty privilege</i> terjadi hampir diseluruh lingkungan seperti pertemanan, pekerjaan, keluarga, pendidikan dan dapat menyebabkan kekerasan simbolik.
5.	Analisis Peran <i>Sales Promotion Girl</i> (SPG) Terhadap Media Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Perusahaan (Studi Kasus PT. Multi Media Seluler Kota Metro)	Reza Rizki Pahlevi (2019)	Peran SPG sebagai media pemasaran dapat meningkatkan omset perusahaan	Subjek yang digunakan pada penelitian ini adalah PT. Multi Media Seluler Kota Metro, sedangkan peneliti adalah SPG di Ambarukmo	Memberikan pemahaman mengenai omset perusahaan dapat naik karena SPG menarik, kemampuan baik dan kecerdasan terhadap produk yang akan dijual.
6.	<i>Beauty Vlog</i> dan Makna Kecantikan Bagi Perempuan Muda Di Kota Jakarta	Fariza Rahmadinna (2019)	Membahas mengenai fenomena <i>beauty privilege</i> yang terjadi pada kalangan perempuan	Metode dan subjek yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode etnografi dengan subjek <i>beauty vlogger</i>	Memberikan pemahaman bahwa selera setiap perempuan akan selalu berbeda dan hal itu yang akan menjembatani konsep cantik dan makna kecantikan sehingga mendorong

					tindakan perempuan untuk mempercantik diri
7.	Analisis Perspektif <i>Influencer</i> Pada <i>Beauty Privilege</i> Dalam Sosial Media Instagram	Niki Anartia, Riska Amaretha, dan Ridma Meltareza (2024)	Pandangan masyarakat terhadap standar kecantikan dipengaruhi oleh <i>beauty privilege</i> yang terjadi dibidang karir	Fokus kajian pada penelitian ini adalah faktor <i>beauty privilege</i> dalam karir di media sosial Instagram dengan subjek <i>influencer</i> muda, dewasa dan <i>social media specialist</i> .	Manfaat dari <i>beauty privilege</i> dalam aspek ekonomi dengan kecantikannya dan banyaknya <i>followers</i> , maka seseorang bisa menjadi <i>influencer</i> . <i>Beauty privilege</i> dapat mempengaruhi kehidupan baik aspek sosial dan juga karir.
8.	Pengaruh Penampilan Modis Terhadap Pengembangan Karir Karyawan Perempuan Pada Bank Danamon Cabang Pekanbaru	Ainun Mardiah (2010)	Adanya faktor <i>good looking</i> dalam pengembangan atau jenjang karir yang lebih tinggi karyawan	Subjek yang digunakan oleh penelitian ini adalah karyawan Bank Danamon cabang Pekanbaru. Sedangkan subjek yang digunakan oleh penulis adalah SPG di Plaza Ambarrukmo.	Memberikan gambaran bahwa karyawannya diharuskan untuk selalu <i>good looking</i> . Selain itu faktor <i>good looking</i> atau penampilan yang modis dapat meningkatkan jenjang karir
9.	Pengaruh <i>Self-Compassion</i> , <i>Social Comparison</i> , dan <i>Gratitude</i> terhadap <i>Body Image Sales Promotion Girl</i>	Deyana Widhi Rosmayanti (2023)	Adanya tuntutan berpenampilan menarik untuk SPG dan penampilan tubuhnya (<i>body image</i>) mereka dapat mempengaruhi pengembangan karir.	Fokus kajiannya yakni pengaruh <i>self-compassion</i> , <i>social comparison</i> , dan <i>gratitude</i> terhadap <i>body image SPG</i> . Sedangkan penulis hanya berfokus pada pengaruh <i>good looking</i> terhadap jenjang karir SPG.	Memberikan gambaran mengenai pengaruh emotional seperti <i>self-compassion</i> , <i>social comparison</i> , dan <i>gratitude</i> terhadap <i>body image SPG</i> . Selain itu, memberikan pemahaman mengenai efektivitas <i>body</i>

					<i>image</i> dalam peningkatan jenjang karir
10.	<i>The dark Side Of Sales Promotion Girl:</i> Fenomenologi Pengalaman <i>Sales Promotion Girl</i> di Industri Rokok)	Rizkika Awalia (2018)	Tuntutan penampilan fisik menarik, cantik, dan seksi untuk menciptakan kesan <i>good looking</i> di mata pelanggan adalah yang utama dalam pekerjaan menjadi SPG.	Fokus kajiannya adalah mengungkap fakta sisi negatif seorang SPG rokok dan stigma negatif yang diterima dalam masyarakat. Sedangkan penulis hanya berfokus pada <i>beauty privilege</i> dalam karir SPG.	Memberikan persepsi atau pandangan secara lengkap mengenai sisi gelap SPG rokok berdasarkan pengalaman narasumber.
11.	Integrasi Teori Stigma Erving Goffman Terhadap Keadilan Sosial Bagi <i>Good Looking</i> dan Diskriminasi Untuk <i>Bad Looking</i>	Ayu Arbia dan Arif Sugitanata (2024)	Persepsi <i>beauty privilege</i> dalam kehidupan sosial dan profesional serta timbulnya diskriminasi bagi <i>bad looking</i> .	Jurnal ini menganalisis fenomena <i>beauty privilege</i> menggunakan teori stigma Erving Goffman sedangkan peneliti menggunakan teori Pilihan Rasional James S. Coleman sebagai alat analisis	Memberikan gambaran mengenai keadilan sosial bagi <i>good looking</i> dan diskriminasi untuk <i>bad looking</i> yang dianalisis menggunakan teori stigma Erving Goffman
12.	Analisis Wacana Kritis atas Standarisasi Kecantikan Perempuan dalam Pemberitaan Rubrik Figur di Joglojateng.com	Athok Mahfud (2025)	Adanya standarisasi kecantikan pada perempuan dan pemaknaan <i>good looking</i> menggunakan teori strukturasi gender.	Jurnal ini dianalisis menggunakan teori strukturasi gender dan menggunakan media Joglojateng.com sebagai subjek penelitian. Sedangkan penulis menggunakan teori Pilihan Rasional James S. Coleman dan SPG di Plaza Ambarrukmo sebagai subjek penelitian.	Standarisasi kecantikan yang ada dalam masyarakat hanya terbatas pada ampilan fisik semata. Kondisi ini tentu akan mengabaikan kualitas individu seperti kecerdasan, ketrampilan, maupun potensi lainnya yang seharusnya dijadikan fokus utama dalam menilai perempuan

					yang kemudian akan menimbulkan diskriminasi dan ketimpangan gender
13.	<i>Reproducing privilege through whiteness and beauty: an intersectional analysis of elite Chilean university students' practices</i>	Paulina Rodríguez & Louise Archer (2022)	Di Indonesia dan diluar negeri sama-sama memiliki <i>beauty privilege</i>	Fokus kajian pada penelitian ini <i>beauty privilege</i> terjadi dalam pertemanan, subjeknya adalah 20 mahasiswa di Universitas Chili, serta menggunakan metode kuantitatif	Memberikan pemahaman mengenai standar kecantikan diluar negeri juga perempuan berkulit putih yang dipengaruhi oleh lingkungannya
14.	<i>Pretty Privilege at Work: The Influence of Physical Attractiveness on Hiring Decisions, Mediated by Perceived Efficacy</i>	Madeline J. Chance (2023)	Mengkaji tentang <i>beauty privilege</i> yang terjadi di dunia pekerjaan (karir)	Metode yang digunakan pada penelitian ini yakni menggunakan kuantitatif dengan subjek 130 partisipan.	<i>Beauty privilege</i> mempengaruhi penentuan perekrutan, gaji, dan pemutusan kerja.
15.	<i>Pretty Privilege In Education: More Than A Body, More Than A Blond</i>	Chelsie Longstreet (2021)	Diskriminasi yang dialami oleh perempuan karena adanya standar kecantikan	Fokus kajian pada penelitian ini terletak pada bidang pendidikan sedangkan peneliti berfokus pada bidang karir	Memberikan pemahaman bahwa di dalam bidang pendidikan, kemampuan siswa didasarkan pada penampilan fisik dan simbol kecantikan yang akan menimbulkan diskriminasi.

Novelty dari riset ini adalah fokus kajian yang diteliti peneliti terkait *beauty privilege* dan dinamika jenjang karir bagi *sales promotion girl*. Peneliti ingin mengetahui fenomena *beauty privilege* dan pengaruhnya terhadap rekrutmen,

peningkatan penjualan produk, dan dinamika jenjang karir dalam dunia kerja terutama yang terjadi pada SPG. Peneliti ingin mengetahui pemaknaan *beauty privilege* bagi seorang SPG terlebih dalam dunia karirnya. Hal ini dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang membuat masyarakat bersifat adaptif dan *open minded*. Riset ini juga akan mencoba membantu para pembaca sebagai upaya dalam menghadapi fenomena *beauty privilege* di dunia kerja. Selain itu perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni pada teori yang digunakan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori pilihan rasional James S. Coleman sebagai analisis data dalam penelitian.

F. Landasan Teori

1. Definisi Konseptual

a. Kecantikan

Cantik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah elok; molek (tentang wajah, muka perempuan); indah dalam bentuk dan buaatannya. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kecantikan adalah keelokan (tentang wajah, muka); kemolekan. Kecantikan merupakan sesuatu yang sangat melekat bagi kaum wanita.²⁸ Kriteria kecantikan seorang wanita adalah tubuh ideal; kulit putih; hidung mancung, serta memiliki rambut lurus, hitam, dan panjang. Dengan adanya globalisasi, makna kecantikan menjadi beragam di semua wilayah dan negara. Namun secara umum masyarakat mengakui bahwa wanita cantik adalah mereka yang memenuhi kriteria dengan simbol-simbol

²⁸ Kemendikbud, "KBBI."

tersebut yakni berkulit sehat dan menarik. Menurut Kasiyani, tubuh wanita dikatakan cantik bukan hanya karena kecantikan wajahnya saja, tetapi juga karena kulitnya yang putih, halus dan kencang serta bentuk tubuh yang menonjolkan lekuk tubuh seperti payudara dan pinggul, bibir sensual, serta segala sesuatu yang berhubungan dengan organ kewanitaan. Dalam hal ini, Kasiyan memandang kecantikan sebagai representasi wujud fisik seseorang dan mengabaikan kecantikan batin.²⁹

Synnott (1993) mengartikan kecantikan sebagai kebahagiaan, kebenaran, kebaikan, kualitas positif, sehingga kecantikan tidak selalu berorientasi terutama pada wajah atau struktur tubuh, tetapi juga bergantung pada sifat dan karakter wanita tersebut. Menurut Neny Silvana yang dikutip Kompasiana.com tahun 2011, “kecantikan fisik tidak akan bertahan lama, ia akan berkurang dan memudar seiring berjalannya waktu. Semua orang menua”, artinya kecantikan fisik tidak abadi, kecantikan sejati adalah kecantikan yang muncul dari dalam, yaitu *inner beauty*. Kecantikan terbagi menjadi dua yaitu, kecantikan luar dan kecantikan dalam. Kecantikan luar atau *outer beauty* yang menyangkut fisik, seperti wajah dan tubuh. Tilaar (1999) menyebut kecantikan luar dengan sebutan kecantikan lahiriah yaitu keelokan wajah dan tubuh. Lalu ada kecantikan dalam atau *inner beauty* yang berasal dari jiwa dan hati manusia, seperti kepribadian, keanggunan dan kesopanan, sedangkan *inner beauty* yaitu keluhuran budi yang terpancar dari dalam diri. Namun kecantikan sejati yaitu dengan adanya

²⁹ Julinar Cherish Wiharsari, “Konsep Kecantikan Dan Pemanfaatan Produk Kosmetik Wajah Pada Mahasiswi Surabaya,” *Repository UNAIR*, 2019, 32.

keseimbangan antara kecantikan dalam (*inner beauty*) dan kecantikan luar (*outer beauty*). Mengutip Martha Tilaar, dalam buku *Kecantikan Perempuan Timur* (1999) bahwa, “kecantikan sejati terwujud jika antara yang fisik dan yang batiniah terpadu secara ilmiah.”³⁰

Jadi, makna cantik adalah konsep keindahan yang merupakan hasil penafsiran manusia terhadap simbol-simbol keindahan. Kecantikan adalah bagian dari suatu sistem budaya yang direpresentasikan dalam bentuk simbol-simbol. Makna cantik dapat berbeda sesuai dengan penafsiran masing-masing individu terhadap suatu simbol kecantikan. Pada dasarnya, para wanita mempresentasikan dan mengkomunikasikan mengenai simbol-simbol kecantikan dengan riasan wajah. Para wanita menggunakan kosmetik seperti lipstik dengan berbagai warna, menggambar atau membentuk alis untuk mempercantik wajah, melentikkan bulu mata, serta memakai perona pipi agar pink dan terasa fresh. Tidak hanya mengkomunikasikan simbol-simbol kecantikan dengan riasan wajah saja tetapi juga dengan perawatan kulit yang tepat untuk mendapatkan kulit putih, kenyal, bersih dan glowing yang menjadi simbol penting dalam merepresentasikan kecantikan, rambut yang sehat berkilau serta didukung dengan *fashion* yang sesuai sehingga menambah kesan cantik. Kecantikan seperti itu yang kemudian dianggap ideal dan akhirnya diterima sebagai standar cantik di masyarakat. Terbentuknya makna cantik dijadikan acuan perempuan muda untuk berperilaku cantik.³¹

³⁰ Rahmadinna, “Beauty Vlog Dan Makna Kecantikan Bagi Perempuan Muda Di Kota Jakarta.”

³¹ Novitalista Syata, “Makna Cantik Di Kalangan Mahasiswi Dalam Perspektif Fenomenologi,” *Repository Universitas Hasanuddin* 66 (2012): 37–39,

b. Karir

Dillard (1985) membedakan antara pekerjaan dan karir. Menurutnya, pekerjaan berarti pekerjaan yang bersifat tidak tetap dan kemungkinan bersifat sementara. Akibatnya, pekerjaan tersebut biasanya memerlukan sedikit keterampilan, sedikit pendidikan, dan sedikit komitmen. Di sisi lain, bekerja sebagai karir memerlukan pendidikan, skill, latihan, komitmen, dan merupakan jalan kehidupan kerja yang dipilih individu. Selain itu karir mengimplikasikan keberhasilan pada apa yang individu pilih serta kebermaknaan personal dan *financial*. Karir dapat dicapai melalui pekerjaan (buruh), seperti penjahit; hobi seperti bulu tangkis; profesi seperti dokter atau guru; dan dapat diperoleh dari peran kehidupan seperti tokoh masyarakat. Bekerja sebagai apapun yang terpenting ditandai oleh adanya keberhasilan dan kemakmuran personal dan *financial*, maka apa yang individu kerjakan dapat disebut sebagai karir.³²

Karir diartikan sebagai urutan posisi atau pekerjaan utama yang diduduki seseorang selama hidupnya mulai dari masa remaja hingga masa pensiun. Apabila seseorang mampu menduduki jabatan yang baik pada suatu lembaga atau instansi, maka masyarakat mengatakan bahwa ia telah berhasil dalam karirnya. Abdullah (2018) mengungkapkan bahwa karir merupakan suatu proses kemajuan dari rangkaian-rangkaian perjalanan pengembangan

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjmxX0cPzAhX1_XMBHUCgAwgQFnoECAIQAQ&url=https%3A%2F%2Fadoc.tip.s%2Fdownload%2Fbab-2-landasan-teori294074b5647acbc51fc2a7055536b95a44523.html&usg=AOvVaw3tQ8UCQ2stW7nrQ.

³² Ita Juwitaningrum, "Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kematangan Karir Siswa SMK," *Psikopedagogia Jurnal Bimbingan Dan Konseling* 2, no. 2 (2013): 132, <https://doi.org/10.12928/psikopedagogia.v2i2.2580>.

pengalaman seseorang sepanjang waktu yang dilaluinya dan ini berkaitan dengan pekerjaan utamanya. Karir akan melekat pada gaya hidup dan perasaan seseorang sehingga ia akan sungguh menganggap bahwa karir sebagai suatu kebutuhan dalam dirinya. Karir yang dipilih menjadi tempat yang bermanfaat bagi individu untuk memenuhi dirinya. Jadi dengan adanya karir maka seorang individu akan beraktualisasi di lingkungannya tersebut. Dengan berkarir individu bisa menampilkan eksistensi dirinya di lingkungan sekitarnya.³³

Jadi, karir adalah serangkaian pekerjaan atau posisi yang dijalani seseorang sepanjang hidupnya dan langkah-langkah yang diambil untuk mencapai tujuannya. Karir merupakan gabungan atau kombinasi dari jumlah pekerjaan yang diperoleh, berbagai pencapaian dan pelatihan yang diselesaikan untuk mencapai tujuan profesional. Setiap pengalaman dan pekerjaan yang dilakukan akan diikuti dengan perubahan jenjang karir, atau biasa disebut juga pengembangan karir. Karir tidak hanya terkait pekerjaan, tetapi juga meliputi pencapaian-pencapaian, hingga pelatihan dan pendidikan yang telah dilalui untuk meraih tujuan profesional.

c. Sales Promotion Girl (SPG)

SPG merupakan suatu profesi yang bergerak dalam pemasaran atau promosi suatu produk. Promosi penjualan adalah suatu bentuk komunikasi yang dirancang untuk menarik konsumen baru, mempengaruhi konsumen untuk mencoba produk, mendorong lebih banyak konsumen, dan berguna untuk

³³ Juwitaningrum.

meningkatkan pembelian. SPG harus mampu membangun hubungan konsumen, tidak hanya menghasilkan volume penjualan jangka pendek yang bersifat sementara, namun memperkuat posisi produk dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. SPG harus mampu menjelaskan seputar kelebihan produk yang diperlukan untuk menarik minat konsumen. Perusahaan menetapkan persyaratan bagi SPG, antara lain harus berkompeten dan berpenampilan menarik.³⁴

Pemasaran suatu produk memerlukan beberapa aktivitas yang melibatkan berbagai sumber daya yang berkaitan langsung dengan konsumen, yaitu pada bagian *sales product*. Maka dari itu, 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. SPG juga dapat bertindak sebagai pengumpul data dan mengumpulkan informasi tentang keinginan dan kebutuhan pelanggan, yang kemudian digunakan perusahaan untuk mengembangkan produk dan layanan yang lebih memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Teori Pilihan Rasional James S. Coleman

James S. Coleman mengemukakan teori pilihan rasional dengan menerbitkan jurnal *Rationality and Society* pada tahun 1989. Tujuan dari pendirian jurnal tersebut adalah untuk mempopulerkan ide-ide dari

³⁴ Pahlevi, "Analisis Peran Sales Promotion Girl Terhadap Media Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Perusahaan (Studi Kasus PT Multi Media Seluler Kota Metro)."

sudut pandang rasional. Pada tahun 1992, Coleman menulis buku dengan judul *“Foundations of Social Theory”* yang berpengaruh pada pilihan rasional teori. Akhirnya, ia menjadi presiden *American Sociological Association* pada tahun 1992 dan menggunakan forum tersebut untuk menyebarkan pemikiran bagi masyarakat untuk berpikir rasional lalu menyajikan pidato yang berjudul *“The Rational Reconstruction of Society”*.³⁵

Menurut Coleman, pendekatan ini didasarkan pada pendekatan individualistis dan menggunakan teori pilihan sosial sebagai landasan tingkat mikro untuk menjelaskan fenomena tingkat makro. Teori pilihan rasional Coleman didasarkan pada gagasan dasar bahwa orang bertindak untuk mencapai suatu tujuan, dan tujuan dibentuk oleh nilai dan kebutuhan. Namun, James S. Coleman terus mengatakan bahwa untuk tujuan teoritis dia membutuhkan pandangan yang tepat tentang aktor rasional dari sudut pandang ekonomi, yang melihat bahwa aktor dapat memilih tindakan yang memaksimalkan utilitas atau kepuasan, dan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.³⁶

Dalam teori pilihan rasional terdapat dua elemen utama yaitu aktor dan sumber daya. Aktor dalam sistem tindakan sosial adalah dua aktor atau lebih yang mempunyai kendali dan kontrol atas sumber daya untuk kepentingan

³⁵ Douglas J. Goodman George Ritzer, *Teori Sosiologi Dari Teori Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*, ed. Inyik Ridwan Muzir, Kesembilan (Kreasi Wacana, 2008).

³⁶ Douglas J. Goodman George Ritzer, *Teori Sosiologi Modern*, Keenam (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004).

masing-masing.³⁷ Coleman menganggap bahwa aktor adalah individu atau kelompok yang mengambil keputusan berdasarkan tujuan atas pertimbangan atau pengaruh dari nilai dan preferensi. Sedangkan sumber daya sendiri dapat berupa sesuatu yang memiliki potensi, baik materil maupun non-materil, dan dapat dijadikan basis untuk pencapaian tujuan dan memaksimalkan keuntungan. Sumber daya yang dimaksud dapat berupa sesuatu bernilai ekonomis seperti uang, aset, relasi, pengetahuan, pendidikan, waktu, dan ketrampilan. Dalam teori pilihan rasional milik Coleman, ia menjelaskan bahwa dalam sebuah sistem sosial setidaknya terdapat dua aktor. Maksudnya adalah, setiap aktor disini masing-masing memiliki penawaran yang berlandaskan sumber daya yang dimiliki masing-masing aktor. Penawaran yang dimaksud disini adalah penawaran yang memiliki daya tarik yang menggiurkan bagi aktor lain agar saling terinterdensi.

Perilaku kolektif dapat dipahami sebagai hasil keputusan rasional yang diambil oleh individu-individu yang memiliki karakteristik atau kepentingan yang sejenis, sehingga membentuk suatu pola sosial yang lebih luas dan terstruktur. Perilaku kolektif ini muncul sebagai konsekuensi dari akumulasi tindakan-tindakan individu yang secara sadar berusaha untuk memperoleh manfaat atau keuntungan sebesar-besarnya.³⁸ James S. Coleman menegaskan orientasi pilihan rasional melalui pemikirannya yang menyatakan bahwa

³⁷ Nur Hidayatus Sa'adah, "Perbedaan Gender Dalam Memilih Lembaga Pendidikan Ditinjau Dari Teori Pilihan Rasional James S. Coleman," *Yinyang: Jurnal Studi Islam Gender Dan Anak* 17, no. 2 (2022): 223–36, <https://doi.org/10.24090/yinyang.v17i2.6677>.

³⁸ James S. Coleman, *Dasar-Dasar Teori Sosial Foundations of Social Theory*, ed. Dariyanto, 4th ed. (Bandung, Indonesia: Penerbit Nusa Media, 2011).

individu bertindak secara sadar untuk mencapai tujuan tertentu, di mana tujuan dan tindakan tersebut didasarkan pada nilai atau preferensi yang dimiliki. Selanjutnya, Coleman berpendapat bahwa dalam beberapa tujuan teoretis, diperlukan konseptualisasi yang lebih mendalam mengenai aktor rasional sebagaimana yang dikembangkan dalam ilmu ekonomi. Rasionalitas erat kaitannya dengan pengambilan keputusan aktor yang mempertimbangkan kalkulasi untung dan rugi dari pilihan yang diambilnya untuk memberikan hasil yang maksimal.

Aktor yang dimaksud dalam teori pilihan rasional milik Coleman adalah dia yang memiliki sumber daya untuk dijadikan landasan dalam menentukan opsi untuk dipilih. Setiap aktor pasti memiliki kepentingan tersendiri, dan dari kepentingan tersebut para aktor pastinya memiliki upaya dalam pemenuhan kepentingan masing-masing aktor yang dilandasi oleh preferensinya masing-masing. Seorang aktor dapat dikatakan sebagai aktor yang rasional apabila ia mampu mempertimbangkan opsi yang dimiliki secara logis dan bertujuan jelas. Tujuan yang jelas yakni tujuan yang spesifik, terukur, dan terperinci. Aktor juga harus mampu menganalisis antara *plus-minus* yang dimiliki masing-masing opsi yang dimiliki. Pengukuran untung-rugi (*plus-minus*) dari setiap opsi yang ada harus berdasarkan dengan sumber daya yang dimiliki oleh aktor itu sendiri.³⁹ Contohnya, Plaza Ambarukmo Yogyakarta memiliki sumber daya berupa barang dagangannya misalnya *Fun & Play Ambarukmo*.

³⁹ Ndaruwanti Hilda, "Mengenal Pemikiran James Coleman: Pilihan Rasional," Medium, 2024, <https://medium.com/@nd.hilda26/mengenal-pemikiran-james-coleman-pilihan-rasional-324851703562>.

Ambarukmo memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan ekonomis yang sebesar-besarnya dari hasil penjualan tiket *Fun & Play*. Maka dari itu, Ambarukmo memerlukan SPG untuk menarik pelanggan dengan memberikan layanan informatif yang ramah serta melayani pelanggan yang bermain di area, memastikan mereka merasa nyaman dan terlayani dengan baik. Disisi lain, SPG memiliki sumber daya berupa kualifikasi/syarat yang dibutuhkan oleh perusahaan misalnya berpenampilan menarik, ramah, dan komunikatif. SPG pun memiliki tujuan untuk menghasilkan uang dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki seperti *beauty privilege* ataupun kecantikan yang dikonstruksi kepadanya. Sehingga dalam kasus ini terdapat benang merah antara perusahaan dan SPG dimana keduanya memiliki sumber daya yang mampu menarik perhatian satu sama lain.

Selain itu, James S. Coleman dalam karya *Social Capital in the Creation of Human Capital* (1988) mendefinisikan modal sosial sebagai instrumen konseptual yang menghubungkan perspektif sosiologis dan ekonomis untuk menganalisis tindakan sosial. Coleman dalam *Foundations of Social Theory* (1990) menegaskan bahwa modal sosial bersifat produktif namun kontekstual.⁴⁰ Coleman mengidentifikasi tiga pilar utama modal sosial :

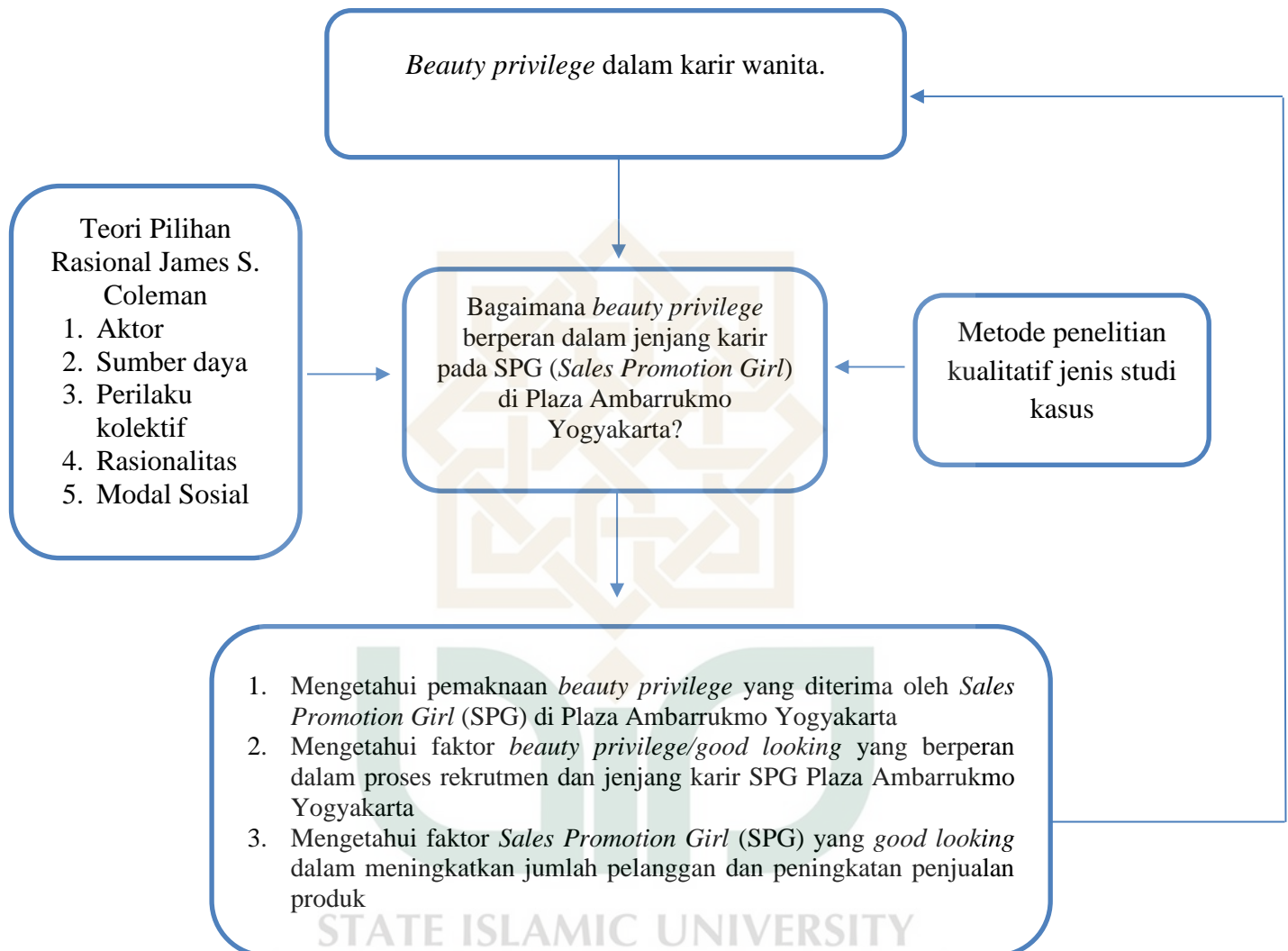
1. Kewajiban dan harapan yang muncul dari kepercayaan dalam jaringan sosial.

⁴⁰ Syahra Rusydi, "Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi," *Jurnal Masyarakat Dan Budaya* 5, no. 1 (2003): 1–22.

2. Kelancaran arus informasi dalam struktur sosial untuk meminimalisasi ketidakpastian.
3. Norma dan sanksi yang mengatur perilaku aktor secara efektif.

Fenomena *beauty privilege* dalam konteks penerimaan pekerjaan dan jenjang karir sebagai pilihan rasional SPG dapat ditelaah dengan teori pilihan rasional Coleman. Pada teori pilihan rasional ini terdapat aktor yang memiliki tujuan. Aktor disini yaitu *Sales Promotion Girl* (SPG) yang memiliki pilihan untuk memilih pekerjaan dalam rangka mencapai tujuan impiannya. Sedangkan barang atau benda yang dimaksud adalah sumber daya yang mendukung tindakan keputusan seseorang dalam memilih karir berdasarkan hal-hal seperti uang, usaha menjadi cantik, serta belajar *public speaking* dibidang penjualan. Seseorang yang memilih pekerjaan sebagai SPG dipengaruhi oleh faktor daya tarik, *good looking*, dan kemampuannya dalam melakukan pekerjaan tersebut. Seseorang memilih menjadi SPG untuk meningkatkan utilitasnya seperti merasa nyaman dengan dirinya sendiri, kebutuhan seperti uang serta kebutuhan untuk dianggap menarik di lingkungannya. Mereka juga dapat memilih kegiatan yang mendukung tujuan mereka. Oleh karena itu, penelitian yang berjudul “Relasi *Beauty Privilege* Dalam Dinamika Jenjang Karir *Sales Promotion Girl* Di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta” menggunakan teori pilihan rasional dari James S. Coleman untuk menganalisis penelitian tersebut.

3. Kerangka Berpikir



Dari inti permasalahan yang ditemukan peneliti mengenai *beauty privilege* dalam karir wanita. Peneliti kemudian merumuskan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana *beauty privilege* berperan dalam jenjang karir pada SPG (*Sales Promotion Girl*) di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta? Kemudian untuk menganalisis pertanyaan penelitian tersebut peneliti menggunakan Teori pilihan rasional Coleman, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif

studi kasus untuk mendapat fakta sosial dan data-data di lapangan. Dari proses tersebut diharapkan penulis dapat menemukan hasil penelitian antara lain :

1. Mengetahui pemaknaan *beauty privilege* yang diterima oleh *Sales Promotion Girl* (SPG) di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.
2. Mengetahui faktor *beauty privilege/good looking* yang berperan dalam proses rekrutmen dan jenjang karir SPG Plaza Ambarrukmo Yogyakarta
3. Mengetahui faktor *Sales Promotion Girl* (SPG) yang *good looking* dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan peningkatan penjualan produk

G. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian kualitatif merupakan strategi penelitian yang menekankan pada pencarian makna, pemahaman, konsep, karakteristik, dan deskripsi suatu fenomena yang bersifat alami dan holistik, yang bertujuan untuk menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui penggunaan metode ilmiah secara sistematis.⁴¹ Dengan pendekatan kualitatif, peneliti dapat memperoleh deskripsi mendalam mengenai pengalaman dan persepsi para SPG terkait keistimewaan kecantikan yang memengaruhi karir, sehingga jawaban atas fenomena ini dapat ditemukan secara sistematis dan komprehensif sesuai dengan tujuan penelitian.

⁴¹ M. Pd. Prof. Dr. A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* (Prenadamedia Group, 2014).

Menurut Yin, studi kasus digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami suatu fenomena dengan menganalisis data dari satu atau lebih kasus yang dipilih secara mendalam.⁴² Metode studi kasus dipilih karena untuk eksplorasi mendalam terhadap fenomena *beauty privilege* melalui analisis satu kasus spesifik, yaitu para SPG di Plaza Ambarrukmo. Studi kasus membantu memahami konteks sosial dan dinamika yang terjadi secara rinci dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi. Pendekatan ini memberikan gambaran yang kaya dan detail tentang bagaimana *beauty privilege* beroperasi dalam dunia kerja SPG secara nyata dan kontekstual.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang kemudian diolah dan dianalisis oleh peneliti. Peneliti memilih lokasi penelitian bertempat di Plaza Ambarukmo, Jl. Laksda Adisucipto No. 3 Kelurahan Caturtunggal, Kapanewon Depok Kabupaten Sleman. Alasan pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada hasil survei dan observasi awal yang menunjukkan bahwa Plaza Ambarrukmo Yogyakarta merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang mempekerjakan banyak *Sales Promotion Girl* (SPG). Dari sisi sosiologis, keberadaan SPG dalam jumlah yang signifikan di Plaza Ambarrukmo mencerminkan dinamika sosial dan merepresentasikan fenomena relasi kerja, konstruksi peran gender, serta

⁴² Robert K. Yin, *Studi Kasus: Desain Dan Metode* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013).

persepsi masyarakat terhadap profesi SPG di ruang publik. Dengan demikian, Plaza Ambarrukmo dipilih sebagai lokasi penelitian karena dinilai mampu memberikan data empiris yang relevan dan mendalam terkait fokus penelitian mengenai keistimewaan kecantikan di tempat kerja, khususnya pada profesi SPG.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan informan sebagai bentuk aktif dalam penelitian. Subjek berperan untuk memberikan informasi dan tanggapan terkait data yang diperlukan peneliti. Pada penelitian ini, kriteria subjek penelitian diantaranya:

- a. *Sales Promotion Girl* (SPG)
- b. Berjenis kelamin perempuan
- c. Bekerja di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta
- d. Bekerja di bidang kosmetik, parfum dan *body shop*, serta otomotif (mobil)

Sedangkan objek penelitian adalah sudut pandang suatu permasalahan yang ingin diteliti. Objek adalah sesuatu yang akan diteliti yakni orang dengan berbagai aktivitasnya. Adapun objek penelitian ini adalah fenomena *beauty privilege* yang dapat mempengaruhi dinamika karir wanita.

4. Sumber Data

Data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari informan melalui wawancara dan berhubungan dengan objek yang diteliti.⁴³ Data primer diperoleh langsung dari tangan pertama di lapangan atau *first hand information*. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah 11 orang dari SPG dan SPV di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta di bidang kosmetik, parfum dan *body shop*, serta otomotif (mobil) dengan cara melakukan wawancara secara langsung. Pemilihan pertanyaan seputar realitas *beauty privilege* dalam karir SPG.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari tangan kedua atau sumber pendukung lain yang telah ada sebelum penelitian dilakukan.⁴⁴ Sumber data pendukung antara lain artikel dalam media massa, buku, karya ilmiah, publikasi organisasi dan pemerintah, jurnal, dan hasil penelitian baik yang dipublikasikan maupun tidak sebagai pendukung data primer. Data sekunder dari penelitian ini berupa buku, jurnal, skripsi, dokumen, foto dan observasi yang diperoleh di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan proses melihat, mengamati, dan mencermati perilaku secara sistematis untuk tujuan tertentu. Dalam pelaksanaannya observasi

⁴³ SU Prof. Dr. Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian Kajian Budaya Dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).

⁴⁴ Prof. Dr. Nyoman Kutha Ratna.

memiliki 2 faktor terpenting yakni *observer* (pengamat) dan orang yang diamati yang akan berfungsi sebagai pemberi informasi, yaitu informan.⁴⁵ Observasi akan menampilkan data dalam bentuk perilaku, baik disadari maupun kebetulan, yaitu masalah-masalah yang terjadi di lokasi penelitian.⁴⁶ Observasi dilakukan dengan menggali situasi di tiga objek sekaligus, yaitu lokasi penelitian (Plaza Ambarrukmo), para pelaku dengan peran tertentu (SPG), serta aktivitas yang dilakukan oleh para SPG di tempat tersebut.

Dalam pelaksanaan observasi, peneliti melakukan pengamatan langsung dengan melihat dan mencermati perilaku SPG di Plaza Ambarrukmo. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara informal dengan beberapa kenalan SPG yang bekerja di plaza tersebut untuk mendapatkan informasi terkait banyaknya SPG yang dipekerjakan dan berbagai informasi event yang diselenggarakan di Plaza Ambarrukmo. Pendekatan ini membantu memperkaya data dan memberikan konteks yang lebih mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Manfaat dari observasi ini adalah untuk memperoleh data empiris yang akurat mengenai interaksi sosial, pola kerja, dan dinamika peran SPG di lapangan. Hasil observasi diharapkan dapat memberikan gambaran nyata tentang bagaimana *beauty privilege* memengaruhi rekrutmen, jenjang karir, serta aktivitas promosi yang dilakukan oleh SPG.

⁴⁵ M.Pd. Prof. Dr. A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, Pertama (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014).

⁴⁶ Prof. Dr. Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian Kajian Budaya Dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*.

Tabel 1. 2 Observasi di Plaza Ambarrukmo

No.	Tanggal	Tujuan Observasi	Hasil Observasi
1	1 Oktober 2024	Mengamati aktivitas SPG di Plaza Ambarrukmo	Terlihat banyak SPG yang aktif melakukan promosi produk dan interaksi dengan pengunjung secara intens
2	15 November 2024	Wawancara informal singkat dengan SPG terkait SPG yang ada di Plaza Ambarrukmo dan kaitannya dengan <i>beauty privilege</i>	Diperoleh informasi mengenai jumlah SPG dan pengunjung akan meningkat pada saat event digelar di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta serta realitas SPG yang mengandalkan <i>beauty privilege</i> secara penuh adalah SPG event, pada SPG reguler hanya tertentu saja
3	17 dan 27 November 2024	Mengamati hubungan antara event di Plaza Ambarrukmo dengan jumlah SPG	Event-event rutin di Plaza Ambarrukmo memicu peningkatan jumlah SPG yang bekerja untuk promosi produk

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan secara lisan dari responden atau narasumber melalui percakapan yang sistematis dan terorganisir. Wawancara dilakukan oleh pewawancara untuk mendapatkan data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.⁴⁷

Dalam penelitian ini, peneliti akan mewawancarai secara langsung dengan pihak terkait yaitu SPG yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Wawancara akan dilakukan pada November 2024 hingga Januari 2025 dengan informan sebanyak 11 orang. Kriteria informan yang akan peneliti wawancarai yakni:

1. *Sales Promotion Girl* (SPG) kosmetik sebanyak 3 orang

⁴⁷ MA. Dr. Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, ed. SH Aep Gunarsa (Bandung: PT. Refika Aditama, 2010).

2. SPG motor sebanyak 3 orang
3. SPG mobil sebanyak 3 orang
4. Supervisor (SPV) sebanyak 2 orang

Alasan peneliti memilih informan tersebut didasarkan pada hasil observasi yang mendalam yang dilakukan di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta. Pemilihan narasumber tersebut bertujuan untuk memperoleh data yang kaya dan beragam perspektif dari masing-masing kelompok SPG, sehingga dapat menghasilkan gambaran yang komprehensif dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti. Dengan melibatkan tiga kategori SPG yang berbeda, peneliti dapat menangkap variasi pengalaman dan pandangan yang mewakili kondisi nyata di lapangan. Selain itu, peneliti juga memilih dua orang supervisor sebagai informan untuk memvalidasi informasi yang diperoleh dari para SPG dan sebagai pembanding yang dapat mengonfirmasi kebenaran dan konsistensi data dari SPG, sehingga meningkatkan kredibilitas hasil penelitian.

Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara semi-terstruktur merupakan jenis wawancara yang bertujuan untuk menemukan permasalahan secara mendalam dan terbuka. Wawancara semi terstruktur digunakan untuk menggali lebih dalam mengenai tanggapan informan di setiap pertanyaan yang diajukan.⁴⁸

- c. Dokumentasi

⁴⁸ Anisa Nur Andina, "Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-Pop," *Syntax Idea* 1, no. 2 (2019): 50–57.

Sebagai sistem simbol sumber-sumber penelitian dibedakan menjadi tiga macam yakni tulisan, gambar dan lambang, serta monumen.⁴⁹ Dokumentasi dalam penelitian berupa foto saat terjun ke lokasi penelitian, tulisan tangan yang ditulis secara sengaja karena dianggap penting untuk data, serta audio berupa rekaman suara dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebagai bahan untuk membantu dalam proses analisis data. Data ini diperlukan sebagai data tambahan yang dapat digunakan sebagai pelengkap data penelitian.

Dokumentasi yang diambil oleh peneliti berupa penggalan data dengan mengambil foto pada saat ada event-event di Plaza Ambarrukmo. Peneliti juga meminta foto dengan para narasumber pada saat peneliti terjun secara langsung di lapangan. Selain itu peneliti juga izin untuk merekam dalam proses wawancara dengan para narasumber.

6. Validitas Data (Triangulasi)

Dalam penelitian ini menggunakan model triangulasi. Triangulasi merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data untuk mendapatkan temuan dan interpretasi data yang lebih akurat dan kredibel.⁵⁰ Triangulasi adalah teknik untuk memahami data melalui berbagai sumber, subjek penelitian, cara (teori, metode, teknik), dan waktu. Secara singkat triangulasi adalah seperangkat heuristic pembantu bagi seorang peneliti untuk memahami

⁴⁹ Prof. Dr. Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian Kajian Budaya Dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*.

⁵⁰ Prof. Dr. A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, 2014.

sesuatu yang baru. Denzin menyebutkan empat jenis triangulasi yakni triangulasi sumber, triangulasi peneliti, triangulasi teori, metode, triangulasi teknik, serta triangulasi interdisipliner.⁵¹

Peneliti menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan data dari berbagai sumber yang berbeda untuk meningkatkan keakuratan dan validitas temuan. Sumber yang digunakan meliputi beberapa bidang SPG, seperti SPG kosmetik, SPG parfum dan body shop, serta SPG mobil, beserta supervisor (SPV) yang memiliki hubungan langsung dengan para SPG tersebut. Validitas data diuji dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen yang diperoleh, serta dengan membandingkan pernyataan antar informan dan antara kondisi saat penelitian berlangsung (sinkronis) dengan situasi yang terjadi dari waktu ke waktu (diakronis). Pendekatan triangulasi ini bertujuan untuk menghindari kesalahan interpretasi dengan memanfaatkan berbagai sudut pandang dan persepsi yang berbeda, sehingga hasil penelitian menjadi lebih terpercaya. Metode yang digunakan terutama adalah perbandingan antara data wawancara dan observasi.⁵²

7. Analisis Data

Analisis data menurut Fossey, cs (2022: 728) adalah proses mereview dan memeriksa data, menyintesis dan menginterpretasikan data yang terkumpul sehingga dapat menggambarkan dan menerangkan fenomena atau situasi sosial

⁵¹ Yvonna S. Lincoln Norman K. Denzin, *Handbook Of Qualitative Research* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009).

⁵² Prof. Dr. Nyoman Kutha Ratna, *Metodologi Penelitian Kajian Budaya Dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*.

yang diteliti. Menurut Bogdan dan Biklen (1982:145), analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi, dokumen foto untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga penelitian dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain dengan baik.⁵³ Miles dan Huberman mengemukakan pola umum analisis data sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Analisis data yang melibatkan pemilahan, pengorganisasian, dan penghapusan informasi yang tidak perlu untuk memproses data sedemikian rupa sehingga mengarah pada kesimpulan akhir. Reduksi data bertujuan untuk meningkatkan kualitas data sehingga komplikasi data akan lebih teratur dalam bentuk yang baru. Peneliti mengumpulkan data primer berupa hasil observasi, hasil pernyataan dari para SPG, dan juga para SPV yang bersangkutan. Kumpulan data yang didapatkan selanjutnya diseleksi kedalam data yang relevan dan data yang tidak relevan dengan penelitian.

b. Penyajian Data (*Display Data*)

Penyajian data merupakan proses interpretasi data yang diperoleh peneliti yang berupa catatan lapangan dan teks naratif. Penyajian data bertujuan menyajikan informasi yang dikumpulkan setelah disusun, kemudian penarikan kesimpulan. Data yang terkumpul terkait dengan realita *beauty privilege* dalam jenjang karir SPG yang diorganisasikan ke dalam kelompok-kelompok sesuai

⁵³ Prof. Dr. A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, 2014.

dengan kategorinya masing-masing untuk memudahkan peneliti dalam menampilkan data tersebut. pada bagian ini peneliti menyajikan data dan memaparkan secara naratif berdasarkan indikator teori pilihan rasional terdiri dari aktor, sumber daya, perilaku kolektif, rasionalitas, dan modal sosial dalam analisis *beauty privilege* pada rekrutmen dan jenjang karir SPG, pemahaman SPG mengenai *beauty privilege* dalam lingkungan kerja, serta pengaruh *beauty privilege* dalam keputusan pembelian produk oleh konsumen.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data dilakukan untuk mengolah dan menyintesis seluruh data yang telah dikumpulkan selama proses penelitian. Kesimpulan yang dihasilkan kemudian diuji melalui proses verifikasi guna memastikan kebenaran, kekuatan, dan kesesuaian data dengan konteks penelitian, sehingga hasil yang diperoleh benar-benar valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, dalam penarikan kesimpulan juga disertakan rekomendasi atau saran yang relevan sebagai tindak lanjut dari temuan penelitian, terutama pada bagian-bagian yang masih memiliki kaitan erat dengan topik yang dibahas. Dalam konteks penelitian ini, kesimpulan akan menyoroti tema utama mengenai fenomena *beauty privilege* mempengaruhi karir *Sales Promotion Girl* (SPG), serta implikasi sosial dan profesional yang muncul dari dinamika tersebut. Dengan demikian, kesimpulan tidak hanya merangkum hasil penelitian, tetapi juga memberikan wawasan yang mendalam terkait dampak dan strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi atau memanfaatkan fenomena tersebut.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri dari lima bab yang dijelaskan sebagai berikut:

BAB I, berisi pendahuluan. Dalam bab ini dijelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II, berisi mengenai pembahasan gambaran lokasi penelitian Relasi *Beauty Privilege* Dengan Dinamika Jenjang Karir *Sales Promotion Girl* Di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.

BAB III, berisi mengenai inti dari pembahasan penelitian. Pertama, mengetahui pemaknaan *beauty privilege* yang diterima oleh *Sales Promotion Girl* (SPG) di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.

Keempat, mengetahui faktor *beauty privilege/good looking* yang berperan dalam proses rekrutmen dan jenjang karir SPG Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.

Ketiga, mengetahui faktor *Sales Promotion Girl* (SPG) yang *good looking* dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan peningkatan penjualan produk.

BAB IV, berisi tentang inti dari analisis data yang ada di lapangan dengan didukung menggunakan teori pilihan rasional.

BAB V merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan dan saran, kemudian dilengkapi dengan daftar pustaka serta lampiran.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai rasionalitas *beauty privilege* dalam rekrutmen, jenjang karir, dan peningkatan penjualan produk pada *Sales Promotion Girl* (SPG) di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta, adapun hasil data simpulan pada penelitian ini antara lain:

1. *Beauty privilege* berperan sebagai sumber daya atau modal yang signifikan pada sebagian SPG di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta dalam proses rekrutmen dan kenaikan jenjang karir. *Beauty privilege* menjadi nilai tambah yang memengaruhi keberhasilan karir SPG, di mana penampilan menarik dianggap sebagai modal non-material yang dapat meningkatkan peluang diterima dan dipromosikan pada industri ini. Selain itu, perilaku kolektif antara aktor dalam hal ini SPG dan perusahaan, turut membentuk norma tidak tertulis mengenai pentingnya *beauty privilege* dalam dunia kerja. Rasionalitas perusahaan dan SPG sebagai aktor-aktor tercermin dalam pengambilan keputusan yang mempertimbangkan biaya dan manfaat, di mana penampilan menarik menjadi salah satu modal penting yang dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan peluang karir.
2. Perusahaan secara rasional memilih SPG yang *good looking* karena diyakini dapat meningkatkan daya tarik produk dan penjualan, sehingga keputusan ini didasarkan pada pertimbangan keuntungan ekonomi. Berdasarkan data hasil wawancara dengan narasumber, diperoleh bahwa

konsumen sebagai aktor rasional akan memilih SPG yang cantik sesuai preferensi mereka karena mereka lebih suka dengan SPG yang cantik secara *looks*. Sehingga para SPG akan memanfaatkan sumber daya (penampilan fisik) untuk mencapai tujuan bersama, yakni peningkatan penjualan produk dan pemenuhan target perusahaan agar dapat promosi jenjang karir SPG.

3. Para SPG akhirnya memaknai *beauty privilege* sebagai keunggulan yang diperlukan dan dapat dioptimalkan untuk mendukung perkembangan karir. Karena hal itu terbukti dari realita yang dihadapi setiap harinya dan aturan tertulis dalam perusahaan. Namun, terdapat pula beberapa SPG yang lebih menekankan pada *inner beauty*, pemenuhan target penjualan, kecerdasan berjualan, serta sikap ramah kepada pelanggan. Dalam hal ini, keterampilan komunikasi, kreativitas dalam penjualan, dan sikap profesional menjadi faktor penting yang melengkapi *beauty privilege* untuk mencapai keberhasilan dalam pekerjaan.

Dengan demikian, *beauty privilege* tidak hanya berfungsi sebagai faktor estetika semata, tetapi juga sebagai sumber daya strategis yang berkontribusi pada dinamika sosial dan ekonomi dalam dunia kerja SPG

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran antara lain :

1. Saran untuk para SPG, untuk mengoptimalkan *beauty privilege* secara bijak dan memanfaatkan keistimewaan dengan sebaik-baiknya dalam proses

pengembangan karir dan peningkatan penjualan produk agar selaras dengan target yang harus dipenuhi. Selain menjaga penampilan, SPG juga perlu terus mengasah *soft skills* dan kemampuan teknis yang mendukung pekerjaan, seperti *public speaking* dan manajemen waktu. Hal ini penting agar dapat bersaing secara sehat dan memperoleh peluang karir yang lebih baik secara berkelanjutan.

2. Saran untuk Pembaca dan Generasi Muda (Gen Z). Bagi teman-teman Gen Z yang berminat berkarir di bidang kecantikan dan pemasaran produk atau SPG, sangat penting untuk menjaga penampilan secara konsisten karena proses rekrutmen di bidang ini sangat selektif dan kompetitif. Penampilan yang menarik dapat menjadi modal awal yang membuka peluang kerja. Namun selain penampilan, Gen Z juga perlu mengembangkan aspek kecerdasan emosional, keterampilan komunikasi, dan kemampuan interpersonal agar dapat bersaing secara efektif dan berkontribusi secara maksimal dalam lingkungan kerja.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji dampak sosial dan psikologis dari fenomena *beauty privilege* terhadap kesejahteraan SPG, termasuk tekanan sosial, persepsi diri, dan dinamika hubungan kerja. Selain itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan studi komparatif mengenai penerapan *beauty privilege* dan faktor-faktor pendukung karir di berbagai industri lain yang juga mengandalkan interaksi langsung dengan konsumen, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang fenomena ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajie Dwiastadi, Agus Mulyanto, Muhammad Galih Wonoseto. "Prototipe Aplikasi Mobile Pendukung Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata Di Yogyakarta." *Jurnal Disprotek* 11, no. 2 (2020): 59–66. <https://doi.org/10.34001/jdpt.v11i2.1258>.
- Ambarrukmo. "Ambarrukmo Runbike Championship." Plaza Ambarrukmo, 2024. <https://plaza-ambarrukmo.co.id/events/ambarrukmo-runbike-championship/>.
- . "Daftar Event Mall Di Jogja Oktober 2024, Plaza Ambarrukmo Gelar Bazaar Dan Expo." The Gateway of Java, 2024. <https://ambarrukmo.com/update-event-mall-di-jogja-oktober-2024-plaza-ambarrukmo-gelar-bazaar-dan-expo/>.
- . "Daftar Terbaru Plaza Ambarrukmo Tenant, Lifestyle Mall Terlengkap Di Jogja." The Gateway of Java, 2024. <https://ambarrukmo.com/daftar-plaza-ambarrukmo-tenant/>.
- . "Event November Mall Di Yogyakarta, Plaza Ambarrukmo Hadirkan 'NOVFEAST.'" The Gateway of Java, 2024. <https://ambarrukmo.com/event-november-mall-di-yogyakarta-plaza-ambarrukmo/>.
- . "Land of Beauty 2024: Menggali Makna Dan Arti Kecantikan." The Gateway of Java, 2024. <https://ambarrukmo.com/land-of-beauty-2024-menggali-makna-dan-arti-kecantikan/#:~:text=Land of Beauty merupakan festival kecantikan pertama,brand-brand kecantikan seperti skincare%2C makeup%2C dan wellness.>
- . "Land of Leisures 2024 'Shout It Out', Ajak Gen Z Untuk Berani Ekspresikan Diri." The Gateway of Java, 2024. <https://ambarrukmo.com/land-of-leisures-2024-shout-it-out/>.
- . "Late Night Salebration." Plaza Ambarrukmo, 2025. <https://plaza-ambarrukmo.co.id/events/late-night-salebration-2/>.
- Anindita Budhi. "10 Mall Tertua Di Indonesia Yang Masih Eksis Hingga Kini." Nibble, 2023. <https://www.nibble.id/mall-tertua-di-indonesia/>.
- Anisa Nur Andina. "Hedonisme Berbalut Cinta Dalam Musik K-Pop." *Syntax Idea* 1, no. 2 (2019): 50–57.
- Aprilianty, Shinta, Siti Komariah, and Mirna Nur Alia Abdullah. "Konsep Beauty Privilege Membentuk Kekerasan Simbolik." *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya* 9, no. 1 (2023): 149. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i1.1253>.
- Arofah, Alif Fadzilatus Siti. "Kesadaran Kolektif Dan Upaya Menuntut Pengakuan

- Desa Adat: Kasus Masyarakat Adat Sendi Di Mojokerto, Jawa Timur.” *JISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 10, no. 1 (2020): 75–86. <https://doi.org/10.15575/jispo.v10i1.6665>.
- Athok Mahfud. “Analisis Wacana Kritis Atas Standarisasi Kecantikan Perempuan Dalam Pemberitaan Rubrik Figur Di Joglojateng.Com.” *Hulondalo* 4 (2025): 18–33.
- Awalia, Rizkika. “The Dark Side Of Sales Promotion Girl (Fenomenologi Pengalaman Sales Promotion Girl Di Industri Rokok).” *M.A Thesis*, 2018, 51. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/11353>.
- Ayu Arbia, Arif Sugitanata. “Integrasi Teori Stigma Erving Goffman Terhadap Keadilan Sosial Bagi ‘Good Looking’ Dan Diskriminasi Untuk ‘Bad Looking.’” *Jurdat Stis Darussalam Bermi* 4 (2024): 110–24.
- Ayyubi, Sholahuddin. “BPS: Jumlah Pekerja Profesional Perempuan Turun.” Context.id, 2023. <https://context.id/read/1064/bps-jumlah-pekerja-profesional-perempuan-turun#:~:text=Pekerjaan Profesional Perempuan BPS mencatat ada 52%2C74 juta,pada bidang perkebunan%2C pertanian serta peternakan dan kehutanan>.
- Bailey, Sue. “First Major U.S. Shopping Center Opens.” EBSCO, 2023. <https://www.ebsco.com/research-starters/history/first-major-us-shopping-center-opens>.
- Chinta, Syahallah, Afina Ghassani, and Maria Lidwina. “Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan Di Indonesia.” *Prosiding Seminar Nasional*, 2023, 1440–48.
- Chintya Putri Wijariyani, Miftachul Amri. “Representasi Standar Kecantikan Tiongkok Pada Podcast ‘Talking About Chinese Beauty Standards’ Youtube Mandarin Corner.” *Jurnal Bahasa Mandarin* 4, no. 1 (2024): 1–23.
- Dewanti, Brigita Fides. “Peran Public Relations Plaza Ambarrukmo Dalam Manajemen Event Jogja Fashion Festival 2019.” *Jurnal UAJY*, 2021, 42–53.
- Dr. Ulber Silalahi, MA. *Metode Penelitian Sosial*. Edited by SH Aep Gunarsa. Bandung: PT. Refika Aditama, 2010.
- Erita Yuliasesti Diah Sari. “Persepsi Masyarakat Kota Terhadap Keberadaan Hotel Dan Mall.” *Ecopsy* 6, no. 1 (2019).
- Fakhira, Aisha. “Standar Cantik Korea Dalam Webtoon The Secret of Angel,” 2019, 17. <http://repository.unas.ac.id/1858/>.
- George Ritzer, Douglas J. Goodman. *Teori Sosiologi Dari Teori Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Edited by Inyik Ridwan

- Muzir. Kesembilan. Kreasi Wacana, 2008.
- . *Teori Sosiologi Modern*. Keenam. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004.
- Hadji, Rusni, Nurdin Nurdin, and Lukman Ismail. “Persepsi Sosial Terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan (Studi Kasus Sales Promotion Girl Di Mall Ratu Indah Makassar).” *Aksiologi : Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 1, no. 1 (2020): 44–55. <https://doi.org/10.47134/aksiologi.v1i1.17>.
- Herdiyanti, Herdiyanti. “Identifikasi Modal Sosial Masyarakat Terhadap Restorasi Lahan Pasca Tambang: (Studi Masyarakat Desa Bukit Kijang, Kecamatan Namang, Kabupaten Bangka Tengah).” *Society* 5, no. 1 (2017): 13–21. <https://doi.org/10.33019/society.v5i1.16>.
- Ismi Latifah, Nurhadi, Siany Indria Liestyasari. “Rasionalitas Orang Tua Dalam Pengambilan Keputusan Jurusan Kuliah Anak Melalui Analisis Teori Pilihan Rasional James S. Coleman (Universitas Sebelas Maret).” *Sosialitas: Jurnal Ilmiah Pend. Sos Ant*, 2019, 1–7.
- James S. Coleman. *Dasar-Dasar Teori Sosial Foundations of Social Theory*. Edited by Dariyanto. 4th ed. Bandung, Indonesia: Penerbit Nusa Media, 2011.
- Jobstreet tim konten. “SPG Adalah Sales Promotion Girl, Ini Tugas Dan Gajinya.” Jobstreet, 2024. <https://id.jobstreet.com/id/career-advice/article/spg-adalah-tugas-gaji>.
- Jocelyn, Jocelyn. “Interpretation Of Beauty Privilege In Film (Case Study Of Reception Analysis Of The Backstage Film).” *Jurnal Vokasi Indonesia* 12, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.7454/jvi.v12i1.1220>.
- Juwitaningrum, Ita. “Program Bimbingan Karir Untuk Meningkatkan Kematangan Karir Siswa SMK.” *Psikopedagogia Jurnal Bimbingan Dan Konseling* 2, no. 2 (2013): 132. <https://doi.org/10.12928/psikopedagogia.v2i2.2580>.
- Kemendikbud. “KBBI.” Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.
- Lestari, Lidia. “Pemaknaan Kecantikan Perempuan Dalam Film Imperfect : Karier, Cinta, Dan Timbangan,” 2022.
- Longstreet, Chelsie. “Pretty Privilege In Education.” *NBER Working Papers*, 2021, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>.
- Madeline J. Chance. “Pretty Privilege at Work: The Influence of Physical Attractiveness on Hiring Decisions, Mediated by Perceived Efficacy” 16, no. 1 (2022): 1–23.

- Mardiah, Ainun. "Pengaruh Penampilan Modis Terhadap Pengembangan Karir Karyawan Perempuan Pada Bank Danamon Cabang Pekanbaru." *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender* 9, no. 2 (2010): 134. <https://doi.org/10.24014/marwah.v9i2.477>.
- Media, Sorotan. "Jenjang Karier SPG Beserta Tugas & Tanggung Jawabnya." Highlight ID, 2024. https://highlight.id/jenjang-karier-sales-promotion-girl-spg-tugas-tanggung-jawab/#google_vignette.
- Monavia Ayu Rizaty. "Perempuan Indonesia Paling Banyak Bekerja Sebagai Tenaga Usaha Penjualan Persentase Pekerja Distribusi Persentase Pekerja Perempuan Menurut Jenis Pekerjaan (2021)." Databoks, 2022. <https://databoks.katadata.co.id/ketenagakerjaan/statistik/07f2da09e1b6f15/mayoritas-perempuan-indonesia-bekerja-sebagai-tenaga-penjualan>.
- Muhammad Arief Kurniawan, Endah Tisnawati, Elsa Yuliza. "Status Dan Peran Malioboro Mall Sebagai Objek Wisata Belanja Di Kawasan Malioboro Yogyakarta." *Inersia XIV*, no. 1 (2018).
- Ndaruwanti Hilda. "Mengenal Pemikiran James Coleman: Pilihan Rasional." Medium, 2024. <https://medium.com/@nd.hilda26/mengenal-pemikiran-james-coleman-pilihan-rasional-324851703562>.
- Net Project. "Definisi Mall Menurut Beberapa Ahli." Arsitur.com Studio, 2019. <https://www.arsitur.com/2015/10/pengertian-definisi-mall-menurut.html>.
- Niki Anartia, Riska Amaretha, and Ridma Meltareza. "Analisis Perspektif Influencer Pada Beauty Privilege Dalam Sosial Media Instagram." *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora* 2, no. 1 (2023): 27–40. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i1.679>.
- Norman K. Denzin, Yvonna S. Lincoln. *Handbook Of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009.
- Noviana, Tri Hesfiana. "Standar Kecantikan Perempuan Jepang Dalam Iklan Kosmetik Shiseido," 2017.
- Pahlevi, Reza Rizki. "Analisis Peran Sales Promotion Girl Terhadap Media Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Perusahaan (Studi Kasus PT Multi Media Seluler Kota Metro)." *IAIN Metro Lampung* 11, no. 1 (2019): 1–95.
- Pratami, Viazensa Tiara, Reni Nuryani, and Sri Wulan Lindasari. "Tingkat Kepercayaan Diri Pada Wanita Dewasa Awal Dengan Adanya Tren Beauty Privilege." *Jurnal Keperawatan* 15, no. 3 (2023): 1101–8.
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M. Pd. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group, 2014.

- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.
- Prof. Dr. Nyoman Kutha Ratna, SU. *Metodologi Penelitian Kajian Budaya Dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Purnama Sari, Andi Tri. “‘Tidak Menang Tampang Doang’: Kombinasi Outer Dan Inner Beauty Di Kalangan Mahasiswi.” *ETNOSIA: Jurnal Etnografi Indonesia* 2, no. 1 (2017): 1–18. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v2i1.2958>.
- Rahmadinna, Fariza. “Beauty Vlog Dan Makna Kecantikan Bagi Perempuan Muda Di Kota Jakarta.” *Skripsi*, no. 1 (2019): 1–102. <http://eprints.undip.ac.id/81043/1/SKRIPSIFARIZARAHMADINNA.pdf>.
- Robert K. Yin. *Studi Kasus: Desain Dan Metode*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013.
- Rodríguez, Paulina, and Louise Archer. “Reproducing Privilege through Whiteness and Beauty: An Intersectional Analysis of Elite Chilean University Students’ Practices.” *British Journal of Sociology of Education* 43, no. 5 (2022): 804–22. <https://doi.org/10.1080/01425692.2022.2060186>.
- Rukmawati, Deni Ria, and Iskandar Dzulkarnain. “Konstruksi Kecantikan Di Kalangan Wanita Karier (Di Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan).” *Journal of Sociology* 8, no. 1 (2015): 1–16.
- Rusydi, Syahra. “Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi.” *Jurnal Masyarakat Dan Budaya* 5, no. 1 (2003): 1–22.
- Sa’adah, Nur Hidayatus. “Perbedaan Gender Dalam Memilih Lembaga Pendidikan Ditinjau Dari Teori Pilihan Rasional James S. Coleman.” *Yinyang: Jurnal Studi Islam Gender Dan Anak* 17, no. 2 (2022): 223–36. <https://doi.org/10.24090/yinyang.v17i2.6677>.
- Salim, Ursula Oktaviani. “Pengelolaan Media Komunikasi Plaza Ambarrukmo.” *Jurnal UAJY*, 2011.
- Saputri, W, and H R A Mardijono. “Syarat Berpenampilan Menarik Pada Pendaftaran Calon Mahasiswa Sebagai Salah Satu Diskriminasi Di Dunia Pendidikan.” *Bureaucracy Journal* 3, no. 1 (2023): 569–83. <https://doi.org/10.53363/bureau.v3i1.202>.
- Sari, Sriti Mayang. “Sejarah Evolusi Shopping Mall.” *Jurnal Dimensi Interior* 8 (2010): 52–62. <https://doi.org/10.9744/interior.8.1.52-62>.
- Self-compassion, Pengaruh, Social Comparison, D A N Gratitude, Terhadap Body, and Sales Promotion Girl. “Pengaruh Self-Compassion, Social Comparison, Dan Gratitude Terhadap Body Image Sales Promotion Girl Skripsi,” 2023.

Statistik, Badan Pusat. “Statistik Penduduk Lanjut Usia 2023.” *Analytical Biochemistry* 20, no. 1 (2023): 1–326. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>.

Syakra, Rusydi. “Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi.” *Jurnal Masyarakat Dan Budaya* 5, no. 1 (2003): 1–22. <http://www.jurnalmasarakatdanbudaya.com/index.php/jmb/article/view/256>.

Syata, Novitalista. “Makna Cantik Di Kalangan Mahasiswi Dalam Perspektif Fenomenologi.” *Repository Universitas Hasanuddin* 66 (2012): 37–39. https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjmxDX0cPzAhX1_XMBHUCgAwgQFnoECAIQAQ&url=https%3A%2F%2Fadoc.tips%2Fdownload%2Fbab-2-landasan-teori294074b5647acbc51fc2a7055536b95a44523.html&usg=AOvVaw3tQ8UCQ2stW7nrQ.

Vika Azkiya Dihni. “Perempuan Indonesia Paling Banyak Bekerja Sebagai Tenaga Usaha Penjualan Persentase Pekerja Perempuan Menurut Jenis Pekerjaan (2020).” Databoks, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/ketenagakerjaan/statistik/2ad5dbfb00997a2/perempuan-indonesia-paling-banyak-bekerja-sebagai-tenaga-usaha-penjualan>.

Wiharsari, Julinar Cherish. “Konsep Kecantikan Dan Pemanfaatan Produk Kosmetik Wajah Pada Mahasiswi Surabaya.” *Repository UNAIR*, 2019, 32.

Zap Clinic, and MarkPlus Inc. “ZAP Beauty Index Agustus 2020.” *ZAP Beauty Index 2020*, 2020, 1–30.