

BAB I

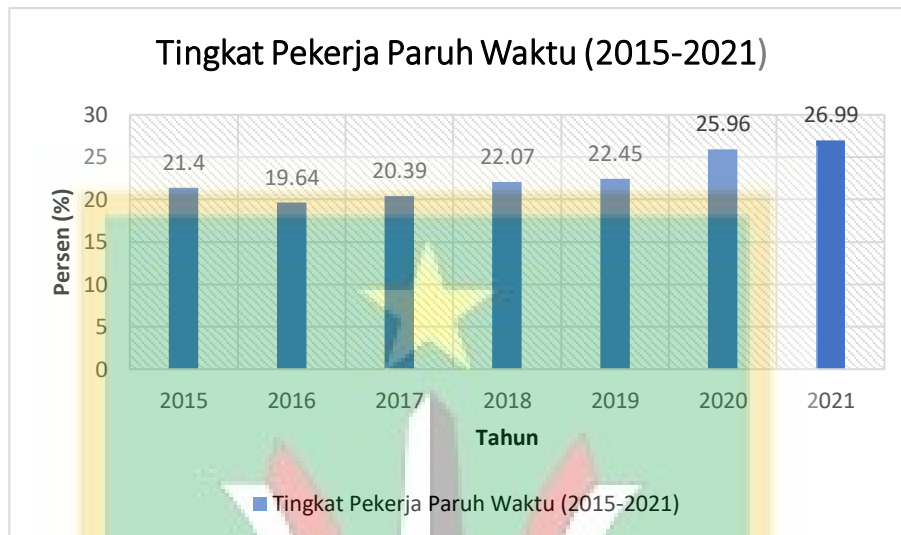
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan kita erat kaitannya dengan bekerja. Supaya pribadi maupun kelompok sanggup bertahan hidup, sehingga orang tersebut wajib bekerja guna mendukung kebutuhan hidup sehari-hari.¹ Manusia selaku makhluk hidup, pasti saja mempunyai bermacam ragam kebutuhan yang wajib dipenuhi. Begitu banyak kebutuhan-kebutuhan manusia guna sanggup terpenuhi dengan kiat bekerja. Berlandaskan perihal tersebut, pekerjaan salah satu hal terpenting di kehidupan sehari-hari manusia. Tujuan bekerja guna mendapatkan upah atas pekerjaan yang telah dijalankan, upah sendiri ialah hasil yang didapat dengan cara bekerja, upah juga sebagai sasaran utama untuk pekerja guna mendukung kesejahteraan hidupnya, diantara lain menghidupi diri sendiri maupun keluarga demi keberlangsungan hidup. Dengan pekerjaan, manusia bisa menaikkan kesejahteraan di kehidupannya. Ada beberapa jenis pekerjaan di Indonesia salah satunya di Indonesia adalah pekerja paruh waktu yang di Indonesia sendiri mengalami lonjakan dari tahun ke tahun, nampak pada informasi yang penulis peroleh dari

¹ Soerjono Soekanto, Sri Mamudji, *Sosiologi: suatu pengantar*, Jakarta Rajawali Pers, 2013, hal. 133.

Badan Pusat Statistik (BPS) dalam grafik “Tren Pekerja Paruh Waktu di Indonesia”², sebagai berikut:



Gambar 1. Tingkat Pekerja Paruh Waktu (2015-2021)

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 5 November 2021

Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, tren pekerja paruh waktu Indonesia semakin meningkat semenjak 2016. Tercatat taraf pekerja paruh ketika sebanyak 19,64% pada 2016, turun 1,76 poin berasal 21,4% pada 2015. tetapi di tahun-tahun selanjutnya pekerja paruh waktu mengalami tren yang meningkat. tingkat pekerja paruh waktu naik 0,75 poin menjadi 20,39% pada 2017. kemudian kembali semakin tinggi 1,68% menjadi 22,07% di 2018. Kenaikan di 2019 tidak dengan tinggi tahun sebelumnya, yaitu 0,38 point sebagai 22,45%. pada ketika pandemi tiba ke Indonesia, kenaikan tingkat pekerja paruh ketika ialah yang

² Jayani, Dwi Hadya, *Tingkat Pekerja Paruh Waktu Makin Meningkat Sejak 2016*. Diakses dari situs <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/12/tingkat-pekerja-paruh-waktu-makin-meningkat-sejak-2016> pada 10 juli 2022.

tertinggi. taraf pekerja paruh waktu sebesar 25,96% di 2020, naik 3,51 poin berasal tahun sebelumnya.³

Survei tersebut telah mengkonfirmasi tingkat paruh waktu naik 1,03 point menjadi 26,99%. karyawan paruh waktu adalah penduduk yang bekerja di bawah jam operasional pada umumnya, yaitu memiliki kurang dari 35 jam setiap minggu. namun, karyawan tersebut tidak sedang mencari pekerjaan atau tidak bersedia menerima pekerjaan lain.

Pada masa saat ini begitu banyak jenis-jenis pekerjaan yang bermunculan, salah satunya adalah pekerjaan Paruh waktu di berbagai sektor. Bekerja bukan hanya sebagai hak kalangan pria namun pula sebagai hak kalangan wanita. Dengan demikian, terbuka banyak kesempatan untuk kalangan wanita guna sanggup melaksanakan pekerjaan cocok dengan kemampuannya. *Part Time* bukan sebagai perihal yang baru lagi dalam penduduk modern di Indonesia. Misalnya, Sales bertugas melayani konsumen, kepuasan konsumen sebagai perihal yang utama, sehingga konsumen sanggup merasakan jika “pembeli merupakan raja”.

Pekerja paruh waktu yang biasanya lebih banyak dilakukan oleh wanita muda, serta mulai jadi pekerjaan yang terus menjadi universal di kalangan masyarakat kita. Pekerjaan dengan sistem paruh waktu ini nampaknya mempunyai daya tarik untuk banyak wanita muda, khususnya mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi, antara lain sebab tidak semua menuntut

³ Jayani, Dwi Hadya, *Tingkat Pekerja Paruh Waktu Makin Meningkat Sejak 2016*. Diakses dari situs <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/12/tingkat-pekerja-paruh-waktu-makin-meningkat-sejak-2016> pada 10 juli 2022.

tingkatan pendidikan yang teratas, namun imbalan finansial yang diterima relatif lumayan besar. Begitu besarnya peminat pekerjaan paruh waktu di kalangan perempuan muda di Indonesia, dalam hal ini ditandai dengan adanya data yang valid melalui lembaga pemerintah, yaitu Badan Pusat Statistik (BPS), menunjukkan bahwa 37 dari 100 perempuan bekerja paruh waktu, sebagai berikut:



Gambar 2. Tingkat Pekerja Paruh Waktu Menurut Jenis Kelamin (2019- 2021)

Sumber: DataBoks 7 Mei 2021

Dalam hasil risetnya, menunjukkan bahwa data di atas dalam setiap tahunnya mengalami kenaikan yang signifikan, DataBoks mencatat, upah pekerja *Part Time* di Indonesia mencapai 27,09% pada bulan Februari tahun 2021. wanita masih memberikan kontribusi yang lebih baik sebagai pekerja *Part Time* dari pada pria. Secara rinci, perempuan yang menoreh pekerjaan *Part Time* mencapai 37,1% pada bulan Februari tahun 2021, cenderung naik 1,08% dibandingkan pada bulan Agustus tahun 2020. Dengan kata lain, 37 dari 100 wanita yang menggambarkan data di atas adalah pekerja *Part Time*. Sementara itu, pria yang menjadi karyawan

paruh waktu tercatat sebesar 20,40% pada bulan Februari tahun 2021. Seperti halnya wanita, persentase pria yang bekerja paruh waktu juga meningkat dengan menggunakan 1,01%.⁴

BPS telah memberikan konsep pemahamannya, jika pekerja paruh waktu itu adalah sebagai masyarakat yang mereka bekerja tidak lebih dari 35 jam/minggu. namun, masyarakat yang di maksud itu tidak sedang mencari pekerjaan, ataupun mereka tidak ingin menerima aktivitas lainnya begitu saja, atau yang disebut juga pekerja *Part Time*.⁵

Promosi serta penjualan produk adalah ujung tombak suatu industri sebab dari sinilah asalnya penghasilan utama perusahaan. Umumnya perihal ini jadi tanggung jawab bagian marketing serta penjualan. Apabila bagian ini sukses penuh sasaran yang ditetapkan, bonus besar telah menanti selaku wujud penghargaan atas kerja keras mereka. Bagian marketing serta penjualan umumnya mempunyai staf yang berhubungan langsung dengan calon konsumen yang diucap dengan sales. Sales ini bekerja di lapangan menjual produk ke calon konsumen. Sebab bertabiat tugas lapangan umumnya staf yang bekerja selaku sales merupakan pria. Tidak hanya penjualan yang dicoba secara reguler, industri pula menjajaki ataupun mengadakan acara-acara semacam kegiatan musik serta pameran selaku fasilitas buat mempromosikan serta menjual produknya. Pada acara-acara semacam ini tidak

⁴ Jayani, Dwi Hadya, *37 dari 100 Perempuan Bekerja Paruh Waktu per Februari 2021*. Diakses dari situs <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/12/tingkat-pekerja-paruh-waktu-makin-meningkat-sejak-2016> pada 12 juli 2022.

⁵ Badan Pusat Statistik, *Konsep dan Definisi dari Tenaga Kerja*, Di Akses dari situs <https://www.bps.go.id/subject/6/tenagakerja.html#:~:text=Pekerja%20Paruh%20Waktu%20adalah%20mereka,dahulu%20disebut%20setengah%20pengangguran%20sukarela> pada 12 Juli 2022.

hanya sales yang diturunkan, industri umumnya pula memakai jasa Sales Promotion Girl.⁶

Jora Indonesia melaksanakan studi, berguna untuk mencari pekerjaan yang setidaknya banyak dicari pada awal mula tahun 2017. Informasi ini telah membuktikan, jika lowongan pekerjaan yang sangat sedang banyak dicari merupakan *driver* (dicari sebanyak 10% pengguna), *walk in interview* (8%), kurir (7%), serta SPG (6%).⁷



Gambar 3. Studi Tren Pekerjaan Indonesia 2017

Sumber: Situs Id.Jora.com tahun 2018

Data di atas telah disusun yang bersumber pada data pencarian dari queries, ataupun kata kunci yang biasanya digunakan oleh pengguna di web Jora Indonesia

⁶ Winardi, *Promosi dan Reklame*, Bandung: CV. Mandar Maju, 1992, hal. 28.

⁷ Fauzan, Ahmad, *Lowongan Kerja Paling dicari awal tahun 2017*, 3 April 2017, Kabar Kampus, <http://kabarkampus.com/2017/04/lowongan-kerja-paling-dicari-awal-2017/> diakses pada tanggal 24 september 2019.

sepanjang kuartal I dari bulan Januari-Maret 2017. Jora Indonesia sendiri, sampai akhir Maret 2017, menunjukkan dekat 65 ribu lowongan kerja dari lebih 500 web loker serta halaman karir perusahaan. Sedangkan itu, pageviews ataupun kunjungan ke laman-laman berisi data lowongan kerja yang terselip dalam web id. jora. com meraih 3 juta.

Sedangkan itu, untuk posisi pekerjaan yang sangat menarik atensi pencari kerja pada kuartal 1 tahun 2017 menampilkan 3 posisi yang sangat banyak dicari. 3 lokasi yang sangat banyak diminati pencari kerja merupakan Jakarta (15%), Medan (8%) serta Surabaya (6%). Analisis yang dilakukan ini, bersumber terhadap jumlah kunjungan ke halaman yang memakai mesin pencarian yang bersumber pada posisi di web id. jora. com. Lowongan kerja yang sangat banyak ada di posisi Medan yang merupakan admin, sebaliknya di kota Surabaya merupakan accounting, sedangkan di Jakarta merupakan SPG. lalu kebanyakan pencari kerja di Jora berumur 18-24 tahun(59.40%). serta memakai mobile/ponsel buat mencari kabar lowongan kerja(73.54%).⁸

Jasa sales sebagai salah satu metode pemasaran produk yang digunakan industri dalam mempromosikan produk kepada konsumen, salah satunya lewat jasa SPG.⁹ Jasa SPG biasanya sering dipergunakan untuk berbagai macam bermacam acara, semacam pameran,otomotif, konser musik, promosi serta juga menjual

⁸ Fauzan, Ahmad, *Lowongan Kerja Paling dicari awal tahun 2017*, 3 April 2017, Kabar Kampus, <http://kabarkampus.com/2017/04/lowongan-kerja-paling-dicari-awal-2017/> diakses pada tanggal 24 september 2019.

⁹ Dewi, Tantri, *Persepsi sales promotion girl (SPG) terhadap profesinya dan respon SPG terhadap persepsi masyarakat*, (Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2014): 8-9. <http://e-journal.uajy.ac.id/6115/1/JURNAL%20SOS02836.pdf> diakses pada tanggal 5 maret 2018.

produk langsung kepada masyarakat umum. Persaingan pasar serta banyaknya event yang terdapat di kota-kota besar, menciptakan permintaan selaku SPG yang terus menjadi meninggi tiap tahunnya.

SPG adalah salah satu teknik komunikasi yang diketahui efisien dalam memperkenalkan suatu produk. Teknik ini dianggap selaku media efisien dalam memasarkan dan juga memperkenalkan suatu produk oleh karena produk diperkenalkan langsung tidak lewat media cetak maupun media elektronik.¹⁰

Kebutuhan perusahaan terhadap tenaga SPG disesuaikan dengan ciri sesuatu produk yang hendak dipasarkan. Promosi guna produk kebutuhan tiap hari misalnya, umumnya memakai jasa SPG dengan kriteria spesifikasi yang lebih rendah dibanding SPG yang diperlukan buat bahan-bahan yang bertabiat *Luxury* semacam otomotif. Dengan demikian, dapat juga bisa dikatakan pada pemilihan pemakaian tenaga kerja SPG, dapat juga dilakukan dengan cara berlandaskan pertimbangan produk yang akan dipromosikannya. Keberadaan karakter fisik seseorang SPG secara fungsional sanggup mengangkut citra produk terutama produk konsumsi langsung.¹¹

Seseorang SPG dituntut pula guna memiliki kecerdasan serta pengetahuan yang teratas terhadap produk yang dipromosikan ataupun yang dipasarkan, (*Product Knowledge*) tidak hanya itu performa, gaya komunikasi, serta bahasa tubuh juga tidak luput dari kriteria yang wajib mereka miliki. Sales Promotion Girl ataupun

¹⁰ Raaharti, Mujiasih, *Manajemen Penjualan dan Pemasaran*, Yogyakarta : Andi Offset, 2001, hal. 21.

¹¹ Ibid, hal. 21

SPG merupakan bagian yang bisa jadi tidak dapat dipisahkan dari suatu mata rantai industri penyedia benda produksi. SPG adalah bagian dari divisi ujung tombak perusahaan. Umumnya SPG berhadapan langsung dengan end user ataupun dapat juga berhadapan dengan reseller maupun retailer ataupun pengecer. Tergantung bagaimana program yang dipakai oleh perusahaan dalam memanfaatkan jasa SPG.¹²

SPG lazimnya dikontrak kala perusahaan mengadakan aktivitas ataupun *event*, dapat secara perseorangan atau lewat *agency* maupun industri *outsourcing* yang mempunyai stok SPG siap gunakan. Perusahaan tinggal menghubungi *agency* serta mengatakan jumlah SPG yang dibutuhkan. Bila harga telah disepakati sehingga SPG bisa langsung dipekerjakan. Saat sebelum bekerja SPG hendak diberikan pelatihan pendek mengenai produk yang hendak dijual serta dipromosikan.¹³

Pekerjaan ini semacam mempunyai daya tarik tertentu untuk wanita muda yang sebagian besar merupakan mahasiswi. Kriteria, upah serta sistem kerja yang tidak mengikat jadi sesuatu daya tarik untuk mereka. Semacam yang penulis tahu, SPG merupakan salah satu metode *marketing* dari suatu perusahaan guna menarik hati konsumen dengan triknya yang unik sesuai dengan produk yang ditawarkan, konsep penjualan serta keadaan/posisi penjualan. Terdapat banyak bidang usaha

¹² Winardi, *Promosi dan Reklame*, Bandung: CV. Mandar Maju, 1992, hal. 37.

¹³ *Ibid*, hal. 38

yang akhirnya kembali memakai jasa SPG serta menjadikan mereka selaku ujung pedang dari produk serta strategi pemasarannya.¹⁴

SPG di dalam sistem budaya kapitalisme, terutama dalam penggunaan tubuh perempuan di dalamnya, tidak terlepas dari ideologi kapitalisme dan patriarki itu sendiri, yang menjadikan perempuan sebagai objek komoditi di berbagai tingkatnya. Pembentukan perempuan sebagai objek, tidak hanya terjadi pada tingkat sistem Bahasa, akan tetapi juga pada tingkat realisasi penggunaan Bahasa, yaitu pada tingkat wacana. Sebagaimana yang dikatakan Terry Threegold, “makna, sistem ide, sistem kepercayaan, serta ideologi dikonstruksi di dalam *discourse*, yang berfungsi untuk melanggengkan relasi-relasi kekuasaan yang ada”¹⁵

Kapitalisme lewat budaya komoditasnya, sebagai media utama tubuh guna revolusi serta membebaskan hasrat dan kebebasannya. Kapitalisme di satu sisi, membantu tubuh dengan metode membebaskan dari bermacam-macam kekangan serta ketentuan. Serta di sisi lain mendayagunakan kemampuan hasrat serta libido yang dimilikinya guna dikomersialisasikan. Ketika terbebas dari seluruh macam kekangan, norma, tabu serta nilai moral, tubuh menjadi bersifat material serta sekuler. Pada saat tubuh tanpa kendali otoritas kekuasaan(keluarga, negara, agama) serta hanya dikendalikan pada prinsip kapital, terciptalah yang oleh Baudrillard dituturkan selaku budaya ketelanjangan (*obscene culture*). sebuah budaya tubuh yang tanpa adanya rahasia serta tanpa tirai penyekat atau tabir, yang mampu

¹⁴ Ibid, hal. 12

¹⁵ Piliang, Yusuf Amir, *Dunia yang Dilipat : Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*, Yogyakarta: Jalasutra, 2004, hal. 293.

dieksplorasi ke seluruh kapasitas serta kekuatan libidonya, yang berguna untuk kepentingan kapitalisme.¹⁶

Berdasarkan kutipan wawancara oleh wartawan kepada agensi SPG, yang dituliskan pada portal berita medanbisnisdaily.com, mempertanyakan kepada pihak penyedia jasa SPG atau disebut sebagai *Agency* SPG, mengenai persoalan syarat-syarat untuk bisa menjadi SPG, Amri mengatakan “Bonbon Society Agency”, *Agency* yang berdiri 1 Januari 2013 itu, mereka lebih dominan selaku penyuplai wanita-wanita yang bekerja sebagai *Sales Promotion Girl/SPG*, *Usher*, penerima tamu, maupun model guna bekerja *part time* di *event* indoor ataupun outdoor. Mereka yang mau bergabung ke *agency* ini, bukanlah tidak mudah. Berparas menawan, putih bersih, tubuh sempurna, dengan tinggi di atas rata-rata, plus mempunyai komunikasi yang baik, telah bisalah dia bergabung ke dalam manajemen Bonbon”, yang pemiliknya bernama Amri itu.¹⁷

Dalam hal ini, tubuh biasanya menengahi efek dari dua peran. Terkadang sebaliknya atau tidak konsisten. Artinya, ia memainkan peran pribadi dan sosial. Dan ketika tubuh berada dalam lingkungan sosial, ia menjadi sasaran berdasarkan berbagai aturan, norma tidak tertulis, batasan, batasan, dan bahkan norma sosial yang dipaksakan. Di sini, tubuh individu ditransformasikan menjadi tubuh masyarakat, tubuh yang terikat oleh semua kebiasaan sosial. Ketika tubuh

¹⁶ Rusni Hadji, Aksiologi: *Persepsi Sosial Terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan (Studi Kasus SPG di Mall Ratu Indah Makassar*, Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial Volume : 1 No.1, 2020, hal. 46.

¹⁷ Siregar, Zulfandi, *Merekrut Talent, Merangkul Klein*, 7 Juli 2013, Medanbisnisdaily, https://www.medan.bisnis.daily.com/news/read./2013./07/07/38937/.merekrut_talent_merangkul_klien./, diakses pada tanggal 26 juni 2022.

dikomoditikan dalam masyarakat patriarki, semua fungsi tubuh dimanfaatkan untuk menarik perhatian lingkungan. Pada bagian tubuh yang dimaksud, mereka bersifat terpengaruh dalam hal ini, ialah yang disebut unsur sensualitas.¹⁸

Unsur sensualitas inilah yang disebut Teknokrasi Sensualitas, dan nilai sensualitas dijadikan daya tarik produk. Teknokrat Sensual adalah mekanisme untuk mengendalikan konsumen dengan sensualitas dengan menekankan prinsip-prinsip kepuasan imajiner yang dicapai oleh citra tubuh dari sistem produk. Tubuh perempuan tentu menjadi pemain sentral dalam dunia kapitalisme, namun hanya dalam posisi subordinat, posisi tak berdaya di dunia yang timpang. Oleh karena itu, dalam sistem kapitalisme komoditas, tubuh atau citra tubuh perempuan merupakan subjek dambaan laki-laki, sehingga tubuh perempuan perlu tampil dalam kemasan atau citra yang menarik perhatian. Oleh karena itu, citra seorang gadis yang segar, perawan dan energik sangat penting untuk meningkatkan daya tarik produk.¹⁹

Saat ini, barang produksi kapitalisme yang dipromosikan melalui SPG, tidak lagi hanya dengan menunjukkan *image* dari produk itu saja, hendak namun juga dibumbui dengan menunjukkan rangsangan, rayuan, serta erotika secara bersama-sama. Lewat permainan tanda Semiotisasi, tubuh bertransformasi sebagai bacaan yang disegmentasi ke dalam elemen-elemen tanda (mata, hidung, bibir, dan seterusnya), yang masing-masing sebagai *signifier* serta membentuk konsep

¹⁸ Ardhie, Raditya M.A. *Sosiologi Tubuh: Membentang Teori di ranah aplikasi*, Yogyakarta: Kaukaba Dipatra, 2014, hal. 70.

¹⁹ Legowo, Martinus. Rusianti, Indah. *Demagogi Konsumsi: Tubuh Perempuan Dalam Iklan Smartslim*. Paradigma volume 03 nomor 1 tahun 2013, hal. 2.

ataupun arti tertentu (liar, nakal, agresif, pose, serta seterusnya). Tidak berakhir hanya pada bentuk tubuh, akan tetapi *gesture*, gerak, *pose*, sampai mimik parafun berpotensi guna dieksplorasi makna, serta nilai-nilai libidonya.²⁰

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena, sampai saat ini fenomena mengenai kehadiran SPG berawal dari kebutuhan rekayasa marketing yang diciptakan oleh Kapitalisme untuk mengejar keuntungan dalam menciptakan perputaran roda ekonomi dan isu-isu yang beredar dalam kehidupan para pekerja SPG yang masih bersifat abu-abu, yang pada dasarnya segala resiko-resiko yang melekat pada profesi SPG merupakan kosentkuensi yang harus siap mereka terima ketika memutuskan untuk mengambil pekerjaan tersebut.

Selain itu SPG paruh waktu di Provinsi DKI Jakarta juga dinilai lebih menarik dibandingkan dengan profesi sejenis seperti *Modeling*, karena dengan tingkat tekanan kerja yang menurut penulis lebih berat dari pada profesi sejenisnya, yang dimana mereka memiliki target penjualan yang cukup besar selain itu jam kerja yang terkadang terlampau lama yang disebabkan oleh tidak adanya kontrak kerja tertulis melalui pihak Agensi SPG.

Karena SPG merupakan salah satu jenis pekerjaan yang sering diterpa berbagai macam isu negatif, disamping itu seorang SPG dalam menjalankan

²⁰ Ardhie, Raditya M.A. *Sosiologi Tubuh: Membenteng Teori di ranah aplikasi*, Yogyakarta: Kaukaba Dipatra, 2014, hal. xxi.

pekerjaannya harus menanggung beban sosial dan beban psikologis. Di satu sisi, mereka bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup ataupun gaya hidup sendiri atau kebutuhan keluarganya, namun di sisi lain pekerjaan mereka juga memiliki sejumlah aturan-aturan, yang bukan tanpa alasan sebuah Agensi SPG memilih perempuan untuk dijadikan alat promosi perusahaan dengan berbagai kriteria yang memiliki unsur Sensualitas Tubuh. Tubuh perempuan tanpa di sadari telah menjadi konsumsi publik, yang berarti tubuh mereka bernilai di dalam sistem kapitalisme, dan juga diharapkan dapat mampu menarik peminat konsumen terhadap produk kapitalisme. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut: **Bagaimana Teknokrasi Sensualitas bekerja di dalam industri *Sales Promotion Girl* (SPG)?**

1.3 Tujuan Penelitian

Kegiatan penelitian membutuhkan tujuan yang jelas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pedoman tentang langkah-langkah yang harus diambil sesuai dengan tujuan penelitian ini. Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah:

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memahami, mengetahui, dan mendeskripsikan tentang bagaimana Teknokrasi Sensualitas bekerja di dalam industri SPG Paruh Waktu Di Jakarta, penulis ingin mengetahui makna dari masalah yang lebih mendalam mengenai hal tersebut.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang bisa didapatkan dalam penelitian ini ialah:

1. Secara Teoritis, hasil temuan penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan pengetahuan kajian ilmiah dalam perspektif sosiologi khususnya dan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan bidang sosiologi mengenai Teknokrasi Sensualitas. Selain itu juga bisa menjadi sumber referensi atau bahan kajian ilmiah untuk dikaji ulang oleh peneliti pada fokus, lokasi, dan teori yang berbeda.
2. Secara praktis, hasil temuan penelitian ini ditujukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar S1 Sosiologi.
3. Melalui penulisan ini maka peneliti dapat mencari jawaban atas permasalahan yang diteliti, sehingga nantinya dapat memberikan kesimpulan dan saran sebagai akhir dari penulisan.
4. Hasil temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pengalaman dan pengetahuan yang berharga bagi peneliti untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan tentang kapitalisme tubuh dan teknokrasi sensualitas yang sejalan dengan disiplin ilmu yang sedang didalami peneliti

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengelompokan dalam V bab yang masing-masing terdiri dari beberapa bab yang bertujuan untuk memperoleh

gambaran dan memudahkan pembahasan dalam penulisan skripsi ini, dengan sistematika bagian pokok yang terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mengandung uraian latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini bermuatan penelitian terdahulu (*state of the art*) yang relevan, konsep-konsep dan teori yang berbentuk pengertian dan definisi yang berasal dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan skripsi serta beberapa *literature review* yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini mengandung pendekatan penelitian, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan sumber data yang akan digunakan, teknik pemeriksaan keabsahan data, dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam hasil penelitian dan pembahasan ini berisikan analisa mendalam terhadap persoalan yang menjadi fokus dalam penelitian, serta temuan yang diperoleh dari hasil penelitian tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

BIODATA PENULIS

LAMPIRAN

