

BAB V

PENUTUP

1.1. kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan peneliti maka diperoleh kesimpulan bahwa pada seorang *sales promotion girl* konsep diri yang positif sangat mempengaruhi dalam melakukan pekerjaan mereka, yang secara langsung berhadapan dengan calon konsumen. Ada tiga komponen yang mempengaruhi konsep diri pada seorang *sales promotion girl*, terbentuknya (*ideal self*) diri yang ideal dalam diri, terbentuk (*self image*) yang baik dalam dirinya, ketika *ideal self* dan *self image* cukup sejalan maka akan meningkatnya (*self esteem*) pada diri mereka. *Self esteem* yang tinggi dapat membentuk konsep diri yang positif.

Carl Rogers memandang bahwa setiap manusia memiliki konsep diri yang positif atau setiap manusia memiliki potensi-potensi yang akan mereka capai. Pada seorang *sales promotion girl* target dari perusahaan adalah pencapaian yang harus mereka capai dengan konsep diri yang positif maka seorang *sales promotion girl* bisa mencapai target yang diberikan oleh perusahaan. Konsep diri yang positif juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu faktor yang mempengaruhi konsep diri positif pada seorang *sales promotion girl* yaitu dengan mereka menggunakan *skincare*.

Skincare sudah menjadi salah satu kebutuhan pada keempat *sales promotion girl skincare* juga dapat menunjang pekerjaan mereka sebagai seorang *sales promotion girl* yang akan secara langsung berhubungan dengan konsumen,

penampilan yang menarik sangat dibutuhkan oleh seorang *sales promotion girl* dengan mereka menggunakan *skincare* mereka bisa merawat wajah mereka dan akan tampak lebih cerah dan mereka akan lebih percaya diri dalam melakukan pekerjaan mereka sebagai seorang *sales promotion girl* dan konsep diri yang terbentuk pada seorang *sales promotion girl* adalah konsep diri positif dengan menghasilkan kepercayaan yang tinggi

5.2. Saran

Bedasarkan penelitian yang didapatkan bahwa peneliti memberikan saran tampil cantik dan menarik adalah adalah hal yang positif bagi perempuan cantik juga memberikan satu kepuasan dalam diri seorang meningkatkan kepercayaan diri, semua perempuan itu cantik sesuai dengan dengan karakter-karakter mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. A., & Hildayani, R. (2018). Penerapan Prinsip-Prinsip Cognitive Behavior Therapy (BT) untuk Meningkatkan Self-Esteem Pada Remaja Perempuan. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 7(2).
<https://doi.org/https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.30996%2Fpersona.v7i2.1832>
- Antari, A. P., & Tobing, D. H. (2014). Hubungan Antara Citra Raga dengan Persepsi Terhadap Produktivitas *Sales promotion girls* Kosmetik Kecantikan di Kota Denpasar. *Jurnal Hasil Riset*, 1(2). <https://www.e-jurnal.com/2014/12/hubungan-antara-citra-raga-dengan.html>
- Asfihan, A. (2020). *SPG Adalah*. Adalah.Co.Id. <https://adalah.co.id/spg/>
- Irwanto, I., & Hariatiningsih, L. R. (2020). Penggunaan *Skincare* Dan Penerapan Konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram). *Jurnal Komunikasi*, 11(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jkom.v11i2.8366>
- Laksana, M. W. (2015). *Psikologi Komunikasi (Membangun Komunikasi yang Efektif dalam Interaksi Manusia)*. Pustaka Setia.
- Lenin, C. (2017). *Inilah Alasan Mengapa Skincare Itu Jauh Lebih Penting Daripada Make-Up*. Hipwee.Com.
<https://www.hipwee.com/opini/pentingnya-skin-care-untuk-kulit-wajah-kita/>
- Miftakhul, W., Octaverina, P., Dindy, M., & Biyan, W. (2020). Makna penggunaan make up sebagai penampilan diri bagi wanita profesi model di sz model management surabaya. *Jurnal Tata Rias*, 9(4), 1–11.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-rias/article/view/35826/31866>
- Ni'mah, U., & Rohmatun, R. (2017). Hubungan antara kepercayaan diri dan pola asuh otoritatif dengan citra diri pada Mahasiswi yang melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 69–78.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30659/jp.12.2.69-78>
- Nurhidayat, N., & Nurdibyanandaru, D. (2014). Hubungan antara Dukungan Sosial Keluarga dengan Self Esteem pada Penyalahguna Narkoba yang Direhabilitasi. *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*, 3(3).
<http://www.journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jpks5c662b1d30full.pdf>
- Riyantie, M. (2019). Konsep Diri Pecinta Make Up Korea (Studi Fenomenologi Konsep Diri Mahasiswa Pecinta Make Up Korea). *Jurnal Inovasi*, 13(2), 124–140. <https://doi.org/https://doi.org/10.33557/jurnalinovasi.v13i2.776>

- Sag, F. (2017). *Lebih Banyak Sales promotion girl Di Dealer Mobil Ketimbang Salesman*. Cintamobil.Com. <https://cintamobil.com/pasar-mobil/lebih-banyak-sales-promotion-girl-di-dealer-mobil-ketimbang-salesman-ternyata-ini-alasannya-aid4783>
- Sobur, A. (2013). *Filsafat Komunikasi (Tradisi Dan Metode Fenomenologi)* (N. nur Muliawati (ed.)). Remaja Rosdakarya.
- Srisayekti1, W., & Setiady, D. A. (2015). Harga-diri (Self-esteem) Terancam dan Perilaku Menghindar. *Jurnal Psikologi*, 42(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jpsi.7169>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

