

## Pengaruh Periklanan Terhadap Penjualan Jasa Make Up Wedding

Elfina Monica Sunarta<sup>1</sup>, Tasya Agita Hana Putri<sup>2</sup>, Aurellia Puspa Nathasya Wigatty<sup>3</sup>,  
Sri Dwiyanti<sup>4</sup>

Universitas Negeri Surabaya

Email korespondensi: [Elfina@mhsunesa.ac.id](mailto:Elfina@mhsunesa.ac.id)

### Abstract

*Since ancient times, Indonesian women have known various ways to decorate themselves using traditional methods. but it has changed since the modernization of Indonesia, the meaning of beauty and cosmetics is linked to western countries. Although cosmetics that are in great demand by Indonesian women come from the West, local cosmetics can still be developed, such as Sariayu Martha Tilaar. Martha Tilaar is one of Indonesia's women entrepreneurs. Martha Tilaar founded a beauty company under the brand Sariayu, which uses ingredients from Indonesian nature. The more developed makeup service companies in Indonesia, the more competition that players in this industry must face. Therefore, many aspiring makeup artists (MUAs) are still confused about what to focus on or what to do in order for clients to see their makeup services and survive in the competition of the makeup business world. The purpose of this study is to determine the factors that influence the success of MUA Indonesia matches in managing the makeup service business. The purpose of makeup itself is to use cosmetic means and ingredients to make up or change the original shape with the aim of beautifying or covering imperfections so that the face looks perfect. Makeup actually has almost the same meaning as makeup. Makeup is the activity of changing the appearance of the original form actually with the help of cosmetic ingredients and tools. The term makeup is more often referred to changing the shape of the face, although actually the whole body can be decorated. Makeup is an important part of the show. Any event where someone performs on stage almost certainly requires makeup. In the Big Indonesian Dictionary (KBBI), make up consists of two words, namely make up and make up. Tata means rules, regulations, arrangements and ways of organization, while make-up is the decoration of something. According to Rusman Latief, Non-Drama Television Production Guidelines, makeup or makeup is the act of changing or complementing one's original appearance with cosmetic ingredients and tools.*

**Keywords:** *business, Service Sales, wedding make up*

### 1. PENDAHULUAN

Saat ini, kita sedang mengalami dampak dari adanya globalisasi dimana perkembangan teknologi sedang gencar-gencarnya menunjukkan kecanggihannya. Salah satu pengaruh yang tampak akibat globalisasi yakni adanya persaingan dalam berbisnis secara global. Di era globalisasi sekarang ini pula, penampilan menjadi perhatian utama dari semua kalangan, seperti tata rias, tata rambut, dan pakaian. Orang-orang masih menginginkan terlihat sempurna dan tidak hanya itu, selain yang tampak luar biasa, banyak orang menggunakan penampilan yang mendukung seperti telah merawat tubuh secara berbeda. Hal ini memunculkan ide bagi para wirausahawan untuk terus mengembangkan bisnis mereka, salah satu cara untuk mengembangkan bisnis mereka ada dengan melakukan pemasaran. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan melakukan pemasaran adalah dengan membuat iklan agar seluruh informasi terkait bisnis yang mereka lakukan dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat luas. Sehingga masyarakat luas dapat mengetahui dan tertarik menggunakan jasa dari bisnis yang sedang kita lakukan yaitu bisnis make up wedding.

Berawal dari rasa cinta terhadap dunia seni termasuk dunia tata rias sejak kecil, memunculkan ide perancangan yang berhubungan dengan Make up dan hairdo dalam penciptaan karya ini. Sebagai perempuan, keinginan untuk mempercantik diri dengan membubuhkan tata rias (make up) dan menata rambut (hairdo) merupakan hal yang penting. Merias diri memiliki tujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri di hadapan orang lain, dan merupakan bentuk penghargaan terhadap diri sendiri. Tata rias menjadi salah satu hal yang terpenting dalam mengawali kegiatan, dengan berdandan di depan cermin. Kegiatan tersebut hampir menghabiskan seluruh waktu persiapan sebelum berkegiatan.

Pada zaman sekarang, berpenampilan menarik dan rapih sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Penampilan menjadi sesuatu yang sangat penting dimana semua wanita ingin terlihat menarik sehingga wanita tersebut memiliki nilai tambah ataupun nilai lebih di lingkungan sosialnya. Oleh karena itu wanita pada saat ini semakin sadar akan pentingnya berias dan menjaga penampilan agar senantiasa terlihat menarik. Kenyataan ini membuat kesadaran wanita akan merias diri semakin meningkat, sehingga berias pada saat ini menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. (Yanti, et al, 2016)

Keinginan wanita untuk mempercantik diri melalui rias sangat tinggi namun tidak semua wanita dapat merias dirinya sendiri dengan baik dan sempurna. Oleh karena itu wanita membutuhkan jasa make up artist agar dapat mengubah penampilan mereka pada saat menghadiri acara-acara tertentu. Hal ini mengakibatkan semakin berkembang pula peluang bisnis sebagai make up artist di Indonesia. Make up artist merupakan salah satu profesi yang berkecimpung dalam seni tata rias. Kebutuhan yang tinggi akan make up artist dijadikan peluang bisnis untuk semua kalangan masyarakat, pria maupun wanita. Karena pada jaman sekarang ini make up artist pria dan make up artist wanita sudah sama di mata masyarakat.

Karena para penata rias Indonesia memiliki peluang bisnis yang besar, mengizinkan para penata rias ini untuk mempertahankan usahanya dalam kompetisi ini. Karena pada kenyataannya konsumen memiliki banyak pertimbangan dalam memilih dan membeli suatu produk atau jasa (Suryaningtyas, 2015). Oleh karena itu, penata rias harus memiliki berbagai faktor yang dapat menarik perhatian konsumen saat membeli atau menggunakan jasa penata rias.

Tata rias pengantin adalah kegiatan rias wajah pasangan yang tujuannya untuk menonjolkan kelebihan yang ada dan menutupi kekurangan wajah pengantin wanita. Untuk riasan pengantin, tidak hanya riasan wajah saja yang harus diperhatikan, tetapi juga pakaian dan aksesoris yang Anda gunakan dapat menunjang keharmonisan tata rias pengantin. Gaun pengantin adalah pakaian yang dikenakan pada hari pernikahan dan diharapkan menjadi gaun khusus yang dikenakan hanya sekali seumur hidup pernikahan. Gaun pengantin tidak hanya berfungsi sebagai busana tetapi juga sebagai identitas kedua mempelai dan mencerminkan corak dan budaya dalam nilai-nilai masyarakat, salah satunya adalah busana pengantin Banyuwangi.

Pertumbuhan sektor jasa begitu pesat belakangan ini. Beberapa alasan menjelaskan fenomena ini, yaitu perubahan demografi, psikografis, sosial, ekonomi, politik dan hukum (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Semakin luas sektor jasa, memunculkan ide untuk pengembangan sektor jasa. Dalam bisnis jasa, penerbitan tidak diragukan lagi sangat penting.

Penerbitan adalah suatu kegiatan dimana suatu perusahaan menampilkan dirinya kepada masyarakat luas (Ismiani, 2010). Publikasi tersebut dapat dikatakan sebagai strategi pemasaran unggulan karena berperan penting dalam menciptakan dan meningkatkan pemasaran.

Iklan merupakan sebagian dari teknik pemasaran dengan menyampaikan merek yang baik karena iklan adalah salah satu dari empat jenis promosi yang digunakan pemasar untuk mengarahkan komunikasi yang dapat meningkatkan keyakinan serta kepercayaan konsumen akan suatu merek, brand, ataupun suatu jasa seseorang dan membangun *brand image* positif dimata konsumen.

## 2. METODE PENELITIAN

Dalam penulisan artikel ini menggunakan metode pengumpulan data penelitian berikut ini: 1) Studi pustaka pada penelitian ini adalah mengumpulkan seluruh sumber data dengan cara membaca jurnal dan makalah sehingga dapat mengikuti perkembangan penelitian terkait periklanan dan memperoleh orientasi yang lebih luas terkait pembahasan yang dipilih, 2) Wawancara pada penelitian ini merupakan wawancara tertutup. Wawancara ini mempunyai tujuan untuk mendapatkan informasi tentang poin-poin strategi promosi yang dilakukan oleh jasa make up wedding, 3) Dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data melalui pengambilan dokumentasi, tulisan yang memiliki hubungan pada permasalahan yang diteliti, dengan demikian data yang diperoleh sah dan tidak berdasarkan dari perhitungan. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto kegiatan promosi.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk dapat bersaing, seorang MUA harus mampu mempertahankan keberadaan dengan menerbitkan publikasi yang dapat meningkatkan animo masyarakat terhadap merek tersebut. Dalam merencanakan penerbitan ini, penulis ingin merancang karya berupa katalog, poster, flyer, kartu nama, cetakan dan video potret untuk dipublikasikan di media sosial. Pemilihan media publikasi ini dikarenakan tidak memiliki media cetak yang mendukung mode publikasi. Sejauh ini, . postingan hanya berupa foto yang terpampang di . media sosial Instagram seperti kebanyakan MUA lainnya. Memublikasikan potret video digunakan untuk berbagai media sosial, layar penuh yang sesuai dengan layar ponsel biasanya merupakan salah satu fitur unik.

Strategi promosi yang digunakan make up wedding adalah strategi media sosial, yaitu *platform* media yang lebih memperhatikan dari presensi penggunaanya dan memberikan fasilitas untuk berkegiatan ataupun penggabungan. Dengan demikian, media sosial bisa diketahui menjadi yang memberikan fasilitas online dan memberikan kekuatan korelasi antar penggunaanya maupun menjadi suatu pengikat sosial, menurut Van Dijk (2013) yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016;11).

- A. Iklan (Advertising) Menurut Palupi, Dyah Hasto, dan Teguh Sri Pambudi dari bukunya yang mempunyai judul “advertising that sells” (2006), definisi iklan ialah seluruh metode pesan yang memiliki tujuan guna memasarkan produk, lokasi bisnis ataupun gagasan pikiran dengan menggunakan media diikuti suatu harga dan pesan di atas tersampaikan.

- B. Media Cetak Media cetak ialah sebuah media yang sistematis serta memperhatikan berbagai pesan visual. Media tersebut berisi lembaran yang memiliki jumlah kata, gambaran ataupun foto pada penataan warna serta lembaran putih (Kasali, 2007). Media cetak ialah sebuah dokumen dari seluruh hal mengenai jejak kejadian yang diganti menjadi beberapa kata, gambar atau foto dan lainnya (seperti surat kabar, brosur, majalah, pamflet, tabloid, poster kartu undangan). Sementara itu, media elektronik ialah media dengan cara pekerjaannya dari kaidah elektronik serta elektromagnetik (televisi, radio, internet).

## 1. Promosi Jasa

### a. Promosi Offline

Cara mengiklankan jasa rias Anda lebih efektif jika anda memiliki jaringan pertemanan yang luas. Dari mulut ke mulut juga berlaku untuk persahabatan ini, terutama jika persahabatan itu saling mendukung. Kalaupun teman Anda membutuhkan jasa make up, otomatis dia akan mendapatkan jasa Anda dengan membayar harga teman Anda tanpa meminta. meminta potongan harga.

### b. Promosi Online

Adanya pesaing yang semakin banyak pelaku usaha jasa make up harus menerapkan strategi pemasaran yang modern dengan menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran online untuk mempengaruhi daya tarik konsumen untuk memakai jasa make up yaitu dengan menggunakan instagram dan aplikasi penyedia jasa make up. Melalui artikel ini diharapkan pelaku usaha jasa make up bisa memanfaatkan media sosial seperti instagram dan aplikasi penyedia jasa make up sebagai strategi pemasaran untuk menunjang minat terhadap jasa yang di sediakan. Berikut penawaran make up pada beberapa media sosial El make up wedding:

#### 1) Facebook



Sumber: Data diolah penulis  
Gambar 1. Promosi Facebook

El Make Up memasang iklan pada media sosial facebook dengan tujuan untuk memberi informasi terkait jasanya kepada target pasar yang ada di facebook dimana kebanyakan para pengguna facebook ialah ibu-ibu dengan kisaran umur 30-50 tahun. Hal tersebut

dilakukan agar menarik minat pengguna facebook untuk menggunakan jasa dari El Make Up. Dan karena para orang tua dirasa kurang untuk bisa merias dirinya sehingga saat ada acara seperti pernikahan dan kondangan (pesta) maka ia akan mencari jasa-jasa make up. Hal inilah yang menjadi fokus El Make Up untuk mengunggah iklan di facebook

## 2) Whatsapp



Sumber: Data diolah penulis  
Gambar 2. Promosi Whatsapp

Selain facebook El Make Up juga menggunakan media sosial whatsapp sebagai wada untuk melakukan promosi dengan memasang iklan yang terkait dengan jasa El Make Up. Alasan El Make Up mengunggah iklan di whatsapp adalah karena whatsapp dirasa efisien untuk menarik calon klien. Di mana para perias dari El Make Up pasti menggunakan Whatsapp dan mereka memiliki banyak kontak teman ataupun orang lain sehingga unggahan iklan pada status whatsapp dapat terlihat dan dapat dipahami bagi calon klien. Maka dari itu, dapat dipastikan bahwa adanya ketertarikan pada minat pembaca untuk menggunakan jasa El Make Up.

## 3) Instagram



Sumber: Data diolah penulis  
Gambar 3. Promosi Instagram

Kemudian yang terakhir, El Make Up juga memposting atau mengunggah iklannya di instagram story. Di mana saat ini banyak orang yang menggunakan instagram sebagai salah satu media sosial untuk mencari informasi- informasi maupun hiburan. Kebanyakan para pengguna instagram adalah para remaja dengan kisaran umur 12-30 tahun, namun banyak juga orang tua yang menggunakannya sehingga cakupan untuk target pasar El Make Up semakin banyak. Sehingga dapat menarik banyak peminat tanpa batasan umur, dan biasanya dari rata-rata pengguna instagram iala remaja maka make up yang direquest adalah seperti make up wisuda, make up pesta, dan make up untuk fotobook.

#### 4. KESIMPULAN

Tujuan dari make up itu sendiri adalah menggunakan sarana dan bahan kosmetik untuk merias atau mengubah bentuk aslinya dengan tujuan untuk memperindah atau menutupi ketidaksempurnaan agar wajah terlihat sempurna. Riasan sebenarnya memiliki arti yang hampir sama dengan rias. Tata rias wajah (bahasa Inggris: make up) adalah kegiatan mengubah penampilan dari bentuk asli sebenarnya dengan bantuan bahan dan alat kosmetik. Istilah make up lebih sering ditujukan kepada perubahan bentuk wajah, meskipun sebenarnya seluruh tubuh bisa di hias. Riasan adalah bagian penting dari pertunjukan.

#### REFERENSI

- Dewi, A. P., & Sukresna, I. M. 2021. Studi Pengaruh Periklanan, Promosi Moneter, Dan Persepsi Etika Terhadap Loyalitas Merek Bedak Tabur Muka Sariayu. *Diponegoro Journal of Management*, 9 (2).
- Julia, W., Rahmat, M., & Wulandari, S. 2022. Analisis Strategi Promosi Jasa Make-Up Artist Melalui Media Sosial (Studi Kasus Mua Rias Athif). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2 (11), 3699-3704.
- Putri, A. N., Handayani, T., & Astuti, M. 2019. Pengaruh iklan, selebriti pendukung dan pemasaran dari mulut ke mulut terhadap kesadaran merek pada produk mie sedaap. *Jurnal Manajemen*, 11 (1), 24-34.
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., & Solihin, E. H. 2020. Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal sain manajemen*, 2 (1), 15-23.
- Wulandari, R. N., Puspitorini, A., Kustianti, N., & Lutfiati, D. 2022. Analisis Strategi Promosi Jasa Make Up Pengantin di Paras Asri Wedding Organizer Melalui Media Sosial. *Jurnal Tata Rias*, 11 (1), 49-57.