

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Merias wajah merupakan salah satu upaya seseorang untuk memiliki penampilan yang baik dan rapih. Memiliki penampilan yang baik dan rapih atau biasa kita sebut dengan *grooming* dapat memberikan kesan pertama yang baik terhadap seseorang. Menurut Marsum (2005), *Grooming* merupakan keadaan menyeluruh akan penampilan yang rapi dan bersih dan disesuaikan dengan waktu, tempat, acara, dan kepentingan. Terutama untuk orang yang bekerja di industri *hospitality*, pastinya akan dituntut lebih dalam menjaga penampilan mereka saat sedang bekerja.

Dahulu, tidak banyak produk kecantikan yang terkenal di Indonesia, namun seiring berjalannya waktu, dapat ditemukan banyak sekali produk baru yang masuk ke Indonesia seperti *MAC Cosmetic*, *Bobbi Brown*, *Benefit*, dan masih banyak lagi. Namun selain produk dari luar negeri, sekarang ini banyak sekali produk kecantikan lokal yang kualitasnya tidak kalah bagusnya. Berdasarkan situs [www.GoodNewsFromIndonesia.id](http://www.GoodNewsFromIndonesia.id) (Zulfikar, 2019) dinyatakan bahwa beberapa produk lokal Indonesia telah menembus pasar internasional. Produk-produk yang disebut telah menembus pasar internasional adalah Polka, Mustika Ratu, Bali Alus, Sensatia Botanicals, dan juga Wardah. Selain produknya yang bertambah, peminat dunia kecantikan di Indonesia pun semakin meningkat. Dapat dilihat dari banyaknya *beauty vlogger* ataupun *beauty influencer* yang menjamur sekarang ini. Bahkan dapat ditemukan komunitas-komunitas kecantikan sebagai wadah para *beauty vlogger* untuk membagikan karya-karya dan juga informasi mengenai tren *make-up* maupun produk *make-up* apa yang sedang populer di dunia.

Salah satunya yang sering kali didengar adalah *Indo Beauty Gram* yang didirikan oleh Vanya Qinthara di media sosial Instagram. Dikatakan bahwa perkembangan *beauty vlogging* di Indonesia sangat pesat, jumlah *beauty vlogger*

bertambah hingga lima kali lipat lebih banyak dari tahun 2014 ke tahun 2015 semenjak adanya komunitas Indo Beauty Gram (Herlinda, 2015). Bukan hanya perempuan, namun ternyata terdapat pula laki-laki yang memiliki minat di dunia kecantikan. Dengan kata lain, di zaman sekarang ini kecantikan bukanlah lagi hanya kebutuhan wanita, melainkan merupakan kebutuhan bagi beberapa laki-laki juga.

Di zaman serba teknologi ini mempermudah para pecinta dunia kecantikan untuk mengekspresikan diri mereka di bidang kecantikan, bukan hanya mempermudah si pembuat konten, namun mempermudah penontonnya pula untuk mendapatkan tips-tips kecantikan. Dengan meningkatnya produk kecantikan dan juga peminat dari dunia kecantikan di Indonesia, mulai terdapat acara-acara yang bertemakan kecantikan, khususnya di Jakarta. Pada umumnya, di dalam suatu acara kecantikan diikuti dengan pameran produk-produk kecantikan, *talkshow*, *beauty workshop* atau *beauty demo*. Acara-acara kecantikan yang ada di Jakarta pun beragam, ada yang berbayar ada juga yang terbuka untuk semua orang secara gratis. Skalanya pun beragam, mulai dari kecil, sedang, hingga besar. Skala yang dimaksud dilihat dari jumlah pengunjung yang datang dan ikut serta dalam kegiatan di acara tersebut.

Salah satu contoh acara kecantikan yang diadakan di Jakarta adalah OH Beauty Festival pada 10 Oktober-13 Oktober 2019 di Plaza Indonesia. OH Beauty Festival diadakan oleh *OverHeardBeauty* yang merupakan akun Instagram yang membuat konten mengenai percakapan tentang kecantikan. Isi acara dari OH Beauty Festival sendiri sangat beragam, mulai dari *beauty exhibition*, *beauty workshop*, *talkshow*, dan juga beberapa *mini games*. Selain itu OHB Festival juga mendatangkan beberapa *beauty influencer* terkenal untuk meramaikan acara tersebut.

Seorang penyelenggara acara kecantikan pasti ingin acaranya sukses dan ramai didatangi oleh banyak orang. Sebagai seorang pengunjung pun tentunya ada pertimbangan yang membuat mereka memutuskan untuk datang atau tidak ke suatu acara. Keputusan tersebut dipengaruhi akan berbagai macam faktor, faktor-faktor tersebut dibagi menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Yang dimaksud dengan faktor internal adalah faktor yang berasal dari diri seseorang atau individu itu sendiri. Faktor internal berdasarkan teori demografi meliputi jenis kelamin, umur, penghasilan, pendidikan, wilayah, dan agama. Sedangkan yang

dimaksud dengan faktor eksternal adalah faktor yang dipengaruhi dari luar diri seseorang atau individu. Menurut Kesrul (2004) faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam penyelenggaraan kegiatan MICE yaitu penetapan lokasi kegiatan, perlengkapan fasilitas acara, penanganan transportasi, pelayanan makanan dan minuman, dan juga akomodasi. Selain itu untuk mengsucceskan suatu *event* yang perlu diperhatikan juga adalah kreatifitas dari isi konten acara, bintang tamu yang diundang, dan juga penawaran apa yang dapat diberikan terhadap pengunjung. Namun demikian dalam pelaksanaannya banyak hal-hal yang dapat menghambat kesuksesannya dari kegiatan *event* tersebut, terutama pada *event* produk kecantikan. Salah satu masalah yang sering ditemukan adalah penyelenggara acara belum mengetahui pengaruh fasilitas yang tersedia pada suatu acara yang bisa meningkatkan minat konsumen untuk hadir ke acara tersebut. Selain masih banyak penyelenggara acara yang belum mengetahui pengaruh lokasi acara yang dapat menjadi keputusan pengunjung untuk datang atau tidak. Selain itu, hambatan lainnya juga bisa terjadi karena konsumen yang belum memiliki wawasan akan produk apa saja yang bagus sehingga kurang tertarik untuk datang ke suatu acara kecantikan.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi seorang pengunjung datang ke suatu acara yang sudah disebutkan sebelumnya, belum diketahui pengaruh fasilitas dan lokasi pada suatu acara. Oleh karena itu, maka berdasarkan latar belakang tersebut dilakukanlah penelitian mengenai Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Minat Pengunjung ke Acara OHB Festival.

## **1.2. Identifikasi masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Masih belum diketahuinya pengaruh lokasi acara yang mempengaruhi konsumen datang ke suatu acara kecantikan.
2. Masih belum diketahuinya pengaruh fasilitas acara yang mempengaruhi konsumen datang ke suatu acara kecantikan.

### **1.3. Perumusan Masalah**

Yang menjadi perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat pengunjung ke acara OHB Festival?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap minat pengunjung ke acara OHB Festival?
3. Bagaimana Pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap minat berkunjung ke acara OHB Festival?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat pengunjung ke acara OHB Festival.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat pengunjung ke acara OHB Festival.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap minat berkunjung ke acara OHB Festival

### **1.5. Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini terfokuskan maka penelitian ini dibatasi dengan teori. Yang menjadi salah satu dasar dari penelitian ini adalah teori MICE menurut Keslur (2004) yang menyatakan bahwa suksesnya sebuah event tergantung dari lokasi, fasilitas, transportasi, akomodasi dan penyediaan makanan dan minuman. Dikarenakan event OH beauty ini berada di kawasan *Mall* maka penelitian ini hanya dibatasi dengan meneliti pada bidang lokasi dan fasilitas saja.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penelitian ini yaitu :

### **1. Manfaat Pengetahuan**

Penelitian ini bisa memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai apakah factor lokasi dan fasilitas yang tersedia mempengaruhi minat pengunjung datang ke acara OH Beauty Festival.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi untuk meningkatkan kesuksesan suatu acara kecantikan kedepannya.

## **1.7. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini disusun seperti berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Isi dari pada BAB I ini meliputi latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada tinjauan pustaka membahas mengenai teori yang digunakan pada penelitian ini. Tinjauan pustaka meliputi ruang lingkup MICE, Hal-hal yang harus diperhatikan dalam kegiatan MICE, ruang lingkup demografi, minat berkunjung, keputusan berkunjung, kerangka berpikir, dan juga hipotesis.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

BAB III menjelaskan mengenai metodologi yang digunakan pada penelitian ini, variabel dan skala pengukuran, Teknik pengumpulan data, Teknik penarikan sampling, metode analisis data, koefisien regresi, koefisien determinasi, serta waktu dan lokasi penelitian.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada hasil penelitian dan pembahasan meliputi gambaran umum dari acara OH Beauty Festival, karakteristik responden, tanggapan responden, pengaruh antara lokasi dan fasilitas terhadap minat berkunjung, uji t, uji f, dan uji  $R^2$ .

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Terakhir, pada BAB V meliputi kesimpulan dari penelitian dan saran.

