

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Hiburan di Indonesia saat ini semakin bervariasi seperti konser dan bazar yang sedang *trend*. Di era gempuran bazar, kehadiran *beauty bazaar* memudahkan pembeli dalam menentukan kapan harus mencari barang branded pilihannya. Melihat dan mencoba produk langsung di pasaran, pengunjung juga bisa mendapatkan penawaran terbaik untuk barang branded idaman (Trisnowati & Sari, 2021). Berbagai *event organizer* mengadakan *beauty bazaar* di Surabaya, salah satunya yakni The Girl Fest Surabaya 2023 yang diselenggarakan oleh Rahasia Gadis dan Rans *Entertainment*.

Pasar kecantikan di Jawa Timur sangat berkembang, terutama di Surabaya. Menurut data yang dikumpulkan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disperindag) Kota Surabaya, ada antara 300 dan 325 bisnis kecantikan. Kepala (Disperindag) Kota Surabaya, Drs Ec Widodo Suryantoro MM, menyatakan di Sahid Hotel Surabaya pada Selasa 19 Mei bahwa secara keseluruhan, semua badan usaha buka dan tidak buka tetapi kemudian buka lagi, atau buka tutup. Bahkan tahun ini ada peningkatan sekitar tujuh puluh sampai delapan puluh badan usaha baru yang terdaftar. Widodo menyatakan bahwa dari 325 bisnis kecantikan tersebut, hampir 225 bergerak di bidang jasa, sedangkan sisanya bergerak di bidang produk. Pertumbuhan bisnis jasa di Surabaya lebih besar daripada pertumbuhan bisnis produk saat ini (Permata & Nanda, 2017).

The Girl Fest Surabaya merupakan festival wanita pertama oleh Rahasia Gadis dan RANS *Entertainment*. Pada hari pertama The Girl Fest *Roadshow* Surabaya diadakan *press conference*, *Co-Founder* Rahasia Gadis yakni Adelle Odelia Tanuri mengungkapkan "Kita mengangkat tema *GIRL*, yang arti konsepnya adalah *Girls In Real Life*, dan tema untuk Surabaya adalah *Limitless Influence*". Adelle Odelia Tanuri menambahkan "Saya ingin menunjukkan kisah gadis - gadis dan mengadakan acara yang memungkinkan perempuan mendapatkan dukungan, keamanan, dan *empowering limitless*. Para perempuan, terutama di Surabaya, sangat inspiratif dan berpengaruh dalam hal gaya hidup, *style* dalam berpakaian, kepemimpinan dan memilih semangat penuh" ungkap Adelle Odelia Tanuri. Rahasia Gadis sebagai komunitas perempuan terbesar yang berdampak di Indonesia mengadakan *beauty bazaar* dengan nama The Girl Fest sebagai festival perempuan di Indonesia yang lahir dari kolaborasi Rahasia Gadis dengan RANS *Entertainment*. RANS *Entertainment* merupakan perusahaan besar milik artis ternama Raffi Ahmad dan Nagita Slavina (Nugraha, 2023).

The Girl Fest dimulai dengan pertemuan dua *Co - Founder* Rahasia Gadis dan Nagita Slavina biasa dipanggil Gigi salah satu pendiri RANS *Entertainment* yang memiliki RANS *Fashion* dan RANS *Beauty*. Menurut Indra Winandar dari RANS *Entertainment* mengungkapkan "Kerja sama ini memang didasari dari kesamaan *lifestyle* Mbak Gigi dengan Rahasia Gadis". Ia juga menambahkan, "Berawal dari pertemuan kami dengan mbak Gigi, mbak Adel, dan mbak Dhika, ternyata memiliki misi yang sama, mbak Gigi menyukai mode dan gaya hidup". The Girl Fest dibuat untuk perempuan Indonesia hasil kerja sama Rahasia Gadis

dengan RANS *Entertainment*, yang dimiliki oleh Nagita Slavina. Sebagai hasil dari kesamaan visi dan misi, serta ketertarikan Nagita Slavina untuk mendukung *Girls Empowerment* (Salma, 2023).

The Girl Fest Surabaya terdapat berbagai kegiatan seru yang bisa diikuti dalam satu *event* tersebut mulai dari *beauty*, *fashion* dan makanan dari merek ternama, menyajikan *road show* dengan melibatkan deretan pembicara inspiratif dan menampilkan *performance* berupa *live music* dari musisi papan atas Indonesia yang menghibur sepanjang acara. Serangkaian acara yang akan menarik perhatian penonton, The Girl Fest Surabaya berlangsung selama tiga hari berturut-turut, dengan penampilan artis baru setiap harinya. Terdapat *booth* kecantikan, *fashion*, makanan yang penuh dengan pengunjung, The Girl Fest Surabaya dihadiri oleh banyak orang, termasuk anak-anak, remaja perempuan, dan bahkan ibu-ibu. The Girl Fest Surabaya menjadi *platform* yang luar biasa bagi perempuan Indonesia untuk berbagi inspirasi, mengapresiasi keragaman, dan merayakan kecantikan mereka (Salma, 2023).

The Girl Fest pertama diadakan di tahun 2023 tepatnya di Jakarta telah sukses digelar pada Maret 2023 dan menarik perhatian 75.000 pengunjung. Melanjutkan kemeriahan di Jakarta, The Girl Fest hadir di Surabaya untuk menyambut khalayak Surabaya pada tanggal 22 hingga 24 September 2023 di Tunjungan Plaza 3 *Conference Hall* Lantai 6, Surabaya (Salma, 2023).

The Girl Fest Surabaya menggandeng merek terkenal seperti Peau Jeune Beaute dan Cessa sebagai pendukung utama mereka. Banyak merek kosmetik

seperti BIOAQUA, Y.O.U, dan Emina mendukung The Girl Fest Surabaya. Harga tiket yang dijual mulai dari Rp20.000 hingga Rp60.000, dan dapat dibeli melalui *website*. Terdapat tiga harga yakni dimulai dari harga Rp20.000 untuk satu hari saja atau disebut *one day pass*, kemudian harga kedua Rp50.000 untuk *three day pass*, harga ketiga Rp60.000 untuk *three day pass* sekaligus mendapatkan *goodie bag* (Salma, 2023).

Tujuan utama The Girl Fest Surabaya 2023 sebagai *event beauty bazaar* agar pengunjung menikmati kepuasan dalam berbelanja. Tujuan The Girl Fest Surabaya 2023 menggandeng UMKM dikarenakan memiliki komitmen untuk meningkatkan reputasi dan bisnis para penggiat produk kecantikan, fashion dan makanan. Pengunjung bisa mendapatkan penawaran terbaik untuk barang branded idaman. The Girl Fest Surabaya 2023 mengharapkan tujuan utama agar pengunjung berbelanja dengan melihat dan mencoba produk – produk bermerek secara langsung, secara bersamaan dalam satu tempat *beauty bazaar* sekaligus dapat menikmati konser musik papan atas Indonesia. The Girl Fest Surabaya 2023 merupakan roadshow menyajikan *talk show* dengan melibatkan deretan pembicara inspiratif (Salma, 2023).

Tujuan utama dari The Girl Fest Surabaya 2023 tersebut sebagai refleksi *event marketing* dalam *beauty bazaar*. *Event Marketing* semakin marak di kalangan pelaku bisnis, baik dari *brand* yang masih dalam tahap awal maupun *brand* yang sedang berkembang dan *brand* yang tergolong matang (Limandono, 2017). *Event marketing* salah satu bentuk komunikasi pemasaran terpadu atau *integrated*

*marketing communication* (IMC) yang dapat menegakkan *brand image* perusahaan. *Event Beauty bazaar The Girl Fest Surabaya 2023* berkaitan dengan IMC untuk menarik pengunjung. IMC adalah proses manajemen semua sumber daya informasi yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan kepada pelanggan atau prospek yang mendorong perilaku pelanggan untuk membeli dan mempertahankan loyalitas pelanggan menurut Estaswara, 2008:49 dalam (Indah, 2014). Selain menghasilkan program komunikasi pemasaran yang lebih efektif dan efisien, perusahaan juga memperoleh manfaat dari sinergi di antara berbagai instrumen promosi. Strategi komunikasi pemasaran terpadu (IMC) adalah bagian integral dari perencanaan kegiatan pemasaran dan promosi perusahaan secara keseluruhan, yang bertujuan untuk menghasilkan dan menciptakan dampak komunikasi secara jelas, konsisten, dan maksimal menurut Morrisson, 2010: 12 dalam (Indah, 2014).

*Event marketing* merupakan alat untuk *experiential marketing* berpusat pada pengalaman konsumen dan memperlakukan konsumen dengan dorongan secara rasional dan emosional sebagai pengalaman yang luas Schmitt, 1999 dalam (Limandono, 2017). Menurut peneliti Julie Z. Sneat dan R. Zachary Finney, 2014 dalam (Limandono, 2017) terdapat tiga dimensi dalam *event marketing* (pemasaran acara). Pertama *enterprise* yakni perusahaan membuat acara yang inovatif dan kreatif untuk menarik pengunjung dan membuat mereka merasakannya secara langsung. Kedua *entertainment* yakni memberikan hiburan kepada peserta dan membuat mereka merasakan acara secara langsung. Ketiga *excitement* yakni bagaimana agar peserta merasa senang, puas, dan nyaman karena acara yang

diadakan dengan manfaat yang baik. The Girl Fest Surabaya 2023 berkaitan dengan tiga dimensi *event marketing* dalam menyelenggarakan *event* (Limandono, 2017).

Berdasarkan deskripsi diatas dapat dibuat pernyataan bahwa IMC adalah kegiatan pemasaran di mana perusahaan mulai berkonsentrasi pada saluran yang akan mereka gunakan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang jelas, konsisten, dan menarik. Penyelenggara menggunakan promosi penjualan dalam berbagai cara yang intensif untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan penjualan menurut Parguel et al., 2007 dalam (Indah, 2014). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan promosi bertujuan untuk memberikan informasi tentang harga, kualitas, dan citra merek dari sebuah produk menurut Banerjee, 2009 dalam (Indah, 2014). Mendorong konsumen untuk mengubah kebiasaan belanja mereka adalah masalah utama ritel saat ini, meskipun teknologi tentu sebagai peran yang penting namun terdapat faktor lain yang berpengaruh. Salah satunya adalah perubahan tanggapan pengunjung terhadap penawaran yang disajikan oleh penyelenggara menurut Shankar et al., 2011 dalam (Indah, 2014).

Penelitian ini membahas terkait persepsi dari pengunjung mengenai kekuatan, kekurangan serta keunikan *event beauty bazaar* oleh The Girl Fest Surabaya 2023. Persepsi terdiri dari berbagai cara seseorang memilih, mengatur, dan memahami rangsangan atau stimulus. Pelanggan membuat keputusan berdasarkan perasaan mereka, persepsi juga memiliki manfaat strategis bagi pemasar menurut Schiffman dan Kanuk 2008 (dalam Limandono, 2017).

Pengambilan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana persepsi pengunjung terhadap *event* The Girl Fest Surabaya 2023. Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti lebih dalam dari sisi pengunjung saat menghadiri The Girl Fest Surabaya 2023. Bagaimana yang ditangkap oleh pengunjung saat hadir di The Girl Fest Surabaya 2023. Pengunjung akan memiliki kesamaan dan perbedaan persepsi, hal tersebut akan diteliti bagaimana persepsi pengunjung pada *event beauty bazaar* The Girl Fest Surabaya 2023 untuk melihat bagaimana hasil akhir kesimpulan persepsi pengunjung.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, terdapat rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Persepsi Pengunjung Terhadap *Brand Image* Pada *Event Beauty* Di The Girl Fest Surabaya 2023”.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap *brand image* pada *beauty event* di The Girl Fest Surabaya 2023.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis, sebagai berikut.

### **1.4.1. Manfaat Praktis**

- a. Bagi Produsen

Dari adanya penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai informasi tambahan untuk tetap melanjutkan dan menciptakan inovasi – inovasi yang terkini terkait *event beauty bazaar* di kota Surabaya.

b. Bagi UPN “Veteran” Jawa Timur

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya. Dapat memacu mahasiswa agar termotivasi dalam mengerjakan skripsi serta menambah sumber pengetahuan bukan hanya dari buku saja. Sekaligus menjadi tambahan bahan bacaan di Giri Pustaka UPN “Veteran” Jawa Timur.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan peneliti tentang persepsi pengunjung terhadap *brand image* pada *beauty Event* di The Girl Fest Surabaya 2023.

#### **1.4.2. Manfaat Teoritis**

- a. Menambah wawasan bagi pembaca khususnya mahasiswa terkait pola pencarian informasi tentang penyusunan skripsi pada mahasiswa.
- b. Dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya dalam studi ilmu komunikasi.