

**PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP *BRAND IMAGE* PADA
BEAUTY EVENT DI THE GIRL FEST SURABAYA 2023**

SKRIPSI



OLEH

ROSSANA TRISNA SAGITA

NPM: 20043010275

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP *BRAND IMAGE* PADA *BEAUTY* *EVENT* DI THE GIRL FEST SURABAYA 2023

Disusun Oleh:

Rossana Trisna Sagita

20043010275

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING


Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A

NIP. 199205292022032010

Mengetahui

DEKAN FISIP


DR. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP: 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN**LEMBAR PENGESAHAN****PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP *BRAND IMAGE* PADA *BEAUTY*
EVENT DI THE GIRL FEST SURABAYA 2023**

Oleh :

ROSSANA TRISNA SAGITA**20043010275**


Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 25 Juni 2024

Pembimbing


Tim Penguji

1. Ketua


Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A
NIP. 199205292022032010


Svifa Svarifah Alamiyah, S.Sos., M.Commun
NPT. 384031002991

2. Sekretaris


Dra. Herlina Sukmawati, M.Si
NIP. 196412251993092001

3. Anggota


Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A
NIP. 199205292022032010

Mengetahui,

DEKAN FISIP


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rossana Trisna Sagita
NPM : 20043010275
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Persepsi Pengunjung Terhadap *Brand Image* Pada *Beauty Event* Di The Girl Fest Surabaya 2023

Dengan ini menyatakan :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur maupun di institusi lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya akan bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 11 Juli 2024

Rossana Trisna Sagita

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa dan Maha Kuasa telah memberikan Rahmat serta karunia-Nya kepada Penulis. Sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Persepsi Pengunjung Terhadap *Brand Image* Pada *Beauty Event* Di The Girl Fest Surabaya 2023 dengan baik. Penyusunan proposal skripsi ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dalam Program Studi Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penyelesaian studi dan penyusunan skripsi ini, Penulis memperoleh banyak bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU., CHRA., selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.SI., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, S.Sos., M.Med.Kom., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing Proposal Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan arahan terbaik.

6. Bapak Sutrisno dan Ibu Rusmini sebagai orang tua, kakak – kakak dan adik – adik sebagai keluarga yang tidak pernah berhenti memberi dorongan moril, material dan saran.
7. Sabryna Natania Handijaya, S.I.Kom., sebagai rekan mahasiswi Ilmu Komunikasi yang telah berjuang bersama selama perkuliahan.
8. Rekan-rekan mahasiswa dan mahasiswi UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah berjuang bersama selama perkuliahan
9. Teman-teman penulis yang telah memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis sangat mengharapkan saran dan kritik untuk perbaikan skripsi ini. Segala kritikan, saran dan pendapat yang bersifat membangun sangat diharapkan bagi penulis untuk perbaikan di masa mendatang.

Penulis menyampaikan permohonan maaf yang sebesar – besarnya atas segala kesalahan dan kekurangan yang tidak sengaja selama menjalankan kegiatan perkuliahan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Mohon maaf apabila ada kesalahan dalam pencetakan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat, terima kasih.

Surabaya, 11 Juli 2024

Rossana Trisna Sagita

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Praktis	8

1.4.2. Manfaat Teoritis	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 <i>Brand Image</i>	15
2.2.2 Integrated marketing communication (IMC)	16
2.2.3 Event Marketing.....	20
2.2.4 <i>Beauty Event</i>	23
2.2.5 Pengalaman Pengunjung	24
2.2.6 Definisi Persepsi	25
2.2.7 Aspek Mempengaruhi Persepsi.....	28
2.2.8 Proses Persepsi	33
2.3 Kerangka Berpikir	44
BAB III	46
METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Desain Penelitian.....	46
3.2 Definisi Konseptual.....	46
3.2.1 Pengalaman Pengunjung	47

3.2.2	Persepsi Pengunjung	48
3.3	Fokus Penelitian	49
3.4	Subjek dan Objek Penelitian	49
3.5	Lokasi Penelitian	50
3.6	Unit Analisis	50
3.7	Teknik Penentuan Informan	51
3.8	Teknik Pengambilan Data	51
3.8.1	Data Primer	52
3.8.2	Data Sekunder	54
3.9	Teknik Analisis Data.....	54
3.9.1	Pengumpulan Data	55
3.9.2	Reduksi Data	56
3.9.3	Penyajian Data	56
3.9.4	Penarikan Kesimpulan	56
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		58
4.1	Gambaran Umum Penelitian	58
4.1.1	Sejarah Berdirinya The Girl Fest	58
4.1.2	Tujuan The Girl Fest	60
4.2	Identitas Informan	62

4.3 Penyajian dan Analisis Data.....	67
4.3.1 Pengunjung Mengetahui The Girl Fest	67
4.3.2 Ketertarikan Pengunjung Datang Ke The Girl Fest	70
4.3.3 Ekspektasi Pengunjung Pada The Girl Fest	71
4.3.4 Perhatian Pengunjung Pada Aktivitas The Girl Fest.....	73
4.3.5 Keunikkan The Girl Fest Bagi Pengunjung	75
4.3.6 Kekurangan The Girl Fest Bagi Pengunjung	77
4.4 Pembahasan	78
4.4.1 Pengunjung Mengetahui The Girl Fest	81
4.4.2 Ketertarikan Pengunjung Datang Ke The Girl Fest	90
4.4.4 Ekspektasi Pengunjung Pada The Girl Fest	96
4.4.3 Perhatian Pengunjung Pada Aktivitas The Girl Fest.....	100
4.4.5 Keunikkan The Girl Fest Bagi Pengunjung	102
4.4.6 Kekurangan The Girl Fest Bagi Pengunjung	104
BAB V.....	106
KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2. 2 Faktor – Faktor Pengaruh Persepsi Menurut Robbins 2005	29
Tabel 2. 3 Faktor Pengaruh Persepsi Oleh Schermerhorn, Hunt and Osborn.....	30
Tabel 2. 4 Proses Persepsi Oleh Gibson (1998).....	34
Tabel 2. 5 Model Proses Persepsi (Mc Shane dan Von Glinow 2000)	35
Tabel 2. 6 Kerangka Berpikir.....	45
Tabel 3. 1 Model Analisis Data Interaktif Menurut Miles dan Huberman	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guide	113
Lampiran 2 Transkrip.....	116
Lampiran 2. 1 Transkrip Informan 1	116
Lampiran 2. 2 Transkrip Informan 2.....	124
Lampiran 2. 3 Transkrip Informan 3.....	130
Lampiran 2. 4 Transkrip Informan 4.....	134
Lampiran 2. 5 Transkrip Informan 5.....	138
Lampiran 2. 6 Transkrip Informan 6.....	143
Lampiran 2. 7 Transkrip Informan 7.....	146
Lampiran 2. 8 Transkrip Informan 8.....	149

ABSTRAK

Pasar kecantikan di Jawa Timur sangat berkembang, terutama di Surabaya menurut data yang dikumpulkan oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disperindag) Kota Surabaya. Dalam era gempuran *beauty bazaar* di Surabaya, pihak *event organizer* mengadakan *beauty bazaar* salah satunya yakni The Girl Fest Surabaya 2023 yang diselenggarakan oleh Rahasia Gadis dan Rans *Entertainment*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui persepsi pengunjung saat menghadiri The Girl Fest Surabaya 2023. Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode penelitian menggunakan wawancara mendalam (*in-depth interview*) untuk menemukan permasalahan secara terbuka. Penelitian ini menggunakan delapan responden berdasarkan karakteristik pengunjung berupa tiga tahapan persepsi menurut Solomon 2018 untuk mengetahui perbedaan dan persamaan persepsi yang dihasilkan. Hasil penelitian ini berupa tiga tahap yakni pada tahap *exposure*, persepsi pengunjung merasa mendapat dampak positif dari adanya keunggulan tiga konsep The Girl Fest yang disebarluaskan secara informatif dan menghibur di instagram. Hasil Pada tahap *attention*, persepsi pengunjung datang ke The Girl Fest Surabaya 2023 merubah ekspektasi buruk dan ekspektasi yang biasa dari pengunjung menjadi melebihi ekspektasi persepsi pengunjung. Hasil pada tahap *interpretation*, persepsi pengunjung pada The Girl Fest menekankan kurang meluasnya promosi berupa *digital marketing* seperti kolaborasi dengan *influencer*.

Kata Kunci: Persepsi Pengunjung, *Event Marketing*, *Beauty Bazaar*

ABSTRACT

The beauty market in East Java is very developed, especially in Surabaya according to data collected by the Surabaya City Trade and Industry Service (Disperindag). In the era of the onslaught of beauty bazaars in Surabaya, the event organizer held a beauty bazaar, one of which was The Girl Fest Surabaya 2023 organized by Rahasia Gadis and Rans Entertainment. The purpose of this study was to determine the perceptions of visitors when attending The Girl Fest Surabaya 2023. This research approach uses qualitative research with a qualitative descriptive approach. The research method uses in-depth interviews to find problems openly. This study used eight respondents based on visitor characteristics in the form of three stages of perception according to Solomon 2018 to determine the differences and similarities in the resulting perceptions. The results of this study are in the form of three stages, namely at the exposure stage, visitor perceptions feel positively impacted by the advantages of the three concepts of The Girl Fest which are disseminated informatively and entertainingly on Instagram. Results At the attention stage, the perception of visitors coming to The Girl Fest Surabaya 2023 changed bad expectations and the usual expectations of visitors to exceed the expectations of visitor perceptions. The results at the interpretation stage, visitor perceptions at The Girl Fest emphasized the lack of widespread promotion in the form of digital marketing such as collaboration with influencers.

Keywords: *Visitor Perception, Event Marketing, Beauty Bazaar*