

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lifestyle dimasa sekarang, *makeup* atau yang biasa kita kenal dengan tata rias wajah, bukan lagi berbicara soal keinginan tapi sudah menjadi kebutuhan terutama dikalangan perempuan. *Makeup* merupakan sebuah peralatan yang berfungsi untuk mempercantik diri. *Makeup* merupakan salah satu pasar yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi, hal ini dapat dilihat dari banyaknya jenis produk *makeup* yang diproduksi didalam negeri maupun diimpor dari luar negeri. Dalam perkembangannya saat ini industri kecantikan mengalami peningkatan sebanyak 5,59% di tahun 2020, dan Indonesia termasuk Negara yang banyak mengkonsumsi kosmetika. (Biantoro et al., 2023)

Tingginya minat masyarakat terhadap perias wajah , menjadi referensi bagi masyarakat lainnya untuk menjadikan perias wajah *atau makeup* sebagai ladang bisnis. Bukan hanya bisnis yang bersifat produksi produk, namun *makeup* atau perias wajah juga bisa menjadi sebuah bisnis yang bersifat layanan jasa, salah satunya *Makeup* atau perias wajah. Gaya hidup masyarakat yang memiliki produktifitas yang tinggi, tak jarang banyak masyarakat yang memilih untuk menggunakan layanan jasa *makeup* untuk merias wajah dalam menghadiri acara maupun kesenangan pribadi. Dalam kacamata publik, hal ini dipandang sebagai sebuah peluang bisnis yang bagus dan bisa bertahan lama. (Dini & Hendra, n.d.)

Selain itu minat masyarakat terhadap kecantikan, membawa pengaruh yang cukup signifikan dalam bisnis terutama bisnis *makeup artist*. Ditahun 2016, survey

membuktikan bahwa penawaran jasa layanan rias wajah diinstagram berjumlah 6000 MUA (*Makeup Artist*), dan ditahun 2021 tercatat lebih dari 10.000 penyedia layanan kecantikan termasuk jasa *makeup* di 35 kota di Indonesia. (Safira et al., 2021) Tentu hal ini menjadi tolak ukur bahwa saat ini usaha *makeup artist* termasuk usaha yang bersaing.

Dalam kerangka bisnis, keberhasilan suatu usaha dipengaruhi oleh beberapa hal dan komunikasi menjadi salah satunya. Komunikasi memiliki peranan penting dalam lini kehidupan manusia salah satunya bisnis. Dalam bisnis, komunikasi berfungsi sebagai tonggak untuk melawan badai persaingan bisnis agar bisnis tetap berjalan dan visi misi bisnis dapat terwujudkan. Tanpa adanya komunikasi, bisnis tidak akan dikenal oleh konsumen. (Praditya, 2019)

Komunikasi merupakan proses interaksi dimana seseorang, kelompok atau organisasi mengirimkan informasi berupa pesan kepada orang lain, kelompok, atau organisasi, dimana proses komunikasi umumnya mengikuti beberapa tahapan. Pengirim pesan mengirimkan informasi pada penerima informasi melalui satu atau beberapa sarana komunikasi. Proses berlanjut dimana penerima memberikan reaksi yang menimbulkan feedback dari apa yang telah dipesankan. (Ahsan, 2014)

Didalam bisnis, komunikasi biasanya merupakan sebuah proses pertukaran indormasi serta pesan bisnis dalam membentuk sistem dan struktur organisasi yang kondusif dalam memaksimalkan efisiensi dan dan efektifitas kerja.

Selain berperan penyampaian informasi kepada costumer, komunikasi juga berperan sebagai tindak persuasif untuk memberikan pengaruh atau stimulus kepada orang lain untuk dapat melakukan tindakan sesuai dengan ekspetasi dari perusahaan. (Candra et al., 2022) Salah satu aktivitas komunikasi yang memiliki sifat persuasif didalam bisnis adalah promosi. Promosi dapat dikatakan sebagai upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan untuk menarik calon konsumen membeli atau mengkonsumsi produk/jasa. Sebuah bisnis harus menerapkan komunikasi yang efektif salah satunya promosi untuk menghadapi

fenomena-fenomena bisnis seperti persaingan, maupun dalam menjual produk/jasa agar dapat menciptakan sebuah keberhasilan dalam menggapai tujuan dari bisnis.

Angel perias wajah merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa tata rias wajah yang berada dikota Padang. Angel perias wajah menyediakan layanan jasa rias wajah perempuan, dengan berbagai jenis look yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Angel perias wajah tergolong usaha yang baru berdiri, karena usaha ini memulai operasionalnya pada awal tahun 2024. Angel perias wajah menjadikan media sosial sebagai wadah komunikasi untuk berinteraksi dengan para konsumen. Angel perias wajah aktif bermedia sosial untuk mempromosikan jasa rias wajahnya kepada masyarakat luas. Angel perias wajah menggunakan teknik komunikasi berupa promosi untuk memasarkan layanannya sebagai jasa perias wajah. Angel perias wajah gencar melakukan promosi di media sosial sebagai wadah berkumpulnya masyarakat masa kini, terutama media sosial instagram. Untuk mengetahui aktivitas komunikasi promosi yang dilakukan oleh Angel perias wajah dalam melakukan promosi di media sosial, perihal ini penulis lampirkan laporan kegiatan dari aktivitas bisnis Angel perias wajah .

1.2.Tujuan

Untuk mengetahui bagaimana upaya angel perias wajah memahami teori atau ilmu pengetahuan yang diperoleh dari adanya kegiatan komunikasi angel perias wajah dalam mempromosikan jasanya.

1.3.Manfaat

Mahasiswa mampu merangkum dan mengaplikasikan pengalaman pendidikan untuk memecahkan masalah dalam upaya komunikasi dalam promosi sebuah produk/jasa.