

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pernikahan memiliki peranan penting dalam kehidupan manusia karena berkaitan dengan penyatuan dua individu sebagai pasangan hidup yang melibatkan hubungan sosial yang lebih luas. Pernikahan turut mempertemukan dua keluarga besar, termasuk kerabat dan saudara dari masing-masing pihak, sehingga menjadi sarana untuk mempererat ikatan kekeluargaan serta menjaga nilai-nilai sosial dan budaya yang berlaku dalam masyarakat (Andi Ishaka, 2020).

Pada pelaksanaan pernikahan, penampilan pengantin menjadi hal yang sangat diperhatikan karena berkaitan dengan kesan yang ditampilkan. Secara umum tata rias pengantin termasuk kedalam tata rias korektif karena berfungsi untuk merubah (*makeover*) penampilan pengantin agar terlihat berbeda, perubahan ke arah yang lebih cantik dan sempurna atau menutupi ketidaksempurnaan wajah sehingga menambah rasa percaya diri pengantin di hari bahagianya (Dwiyanti dkk., 2020). Tata rias pengantin merupakan ekspresi budaya yang terus berkembang dalam suatu kelompok mengikuti kebutuhan masyarakatnya (Tjana, 2024).

Tata rias pengantin terdiri dari beragam ratusan suku, hampir setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas pada tata rias pengantinnya. Keberagaman tersebut turut melahirkan berbagai pandangan mengenai adat pernikahan, karena setiap etnis memiliki nilai, tradisi, dan pemahaman yang berbeda-beda (Maspiyah et al., 2019). Tata rias pengantin di Indonesia salah satunya ialah tata rias pengantin Sunda yang terbagi lagi kedalam beberapa corak diantaranya tata rias pengantin Sunda Siger, Sunda Putri, Sunda Garut R.A Lasminingrat, Sunda Sukapura, Santana Inten Kedaton Galuh Ciamis dan Keprabon Inten Kedaton Galuh Ciamis (Zakaria L. 2011:6).

Tata rias pengantin Sunda Siger merupakan tata rias khusus yang digunakan pengantin pada hari pernikahan sesuai tata cara adat yang telah dibakukan. Terdapat dua kategori tata rias pengantin Sunda Siger yaitu tata rias pengantin pakem dan tata rias pengantin modifikasi. Pakem berasal dari budaya Jawa yang berarti pokok atau aturan baku. Tata rias pengantin pakem merupakan tata rias yang mengikuti

aturan, nilai dan ketentuan tradisional yang telah diwariskan secara turun temurun. Pada masa lalu, tata rias ini hanya digunakan oleh kalangan bangsawan Sunda. Namun, seiring perkembangan zaman, tata rias pengantin Sunda Siger dapat digunakan oleh semua kalangan, tidak hanya masyarakat keturunan Sunda saja (Zakaria L. 2011:6). Tata rias pengantin Sunda Siger memiliki ciri khas pada penggunaan aksesoris kepala berupa mahkota atau Siger yang dipakai pengantin sehingga memberikan kesan anggun dengan penggunaan sanggul puspasari sebagai pelengkap penampilan pengantin. Selain sanggul dan mahkota, daya tarik tata rias pengantin Sunda Siger terlihat pada penggunaan berbagai perhiasan, seperti tujuh buah kembang goyang, tusuk konde penetep mas atau garuda mungkur, serta rangkaian melati. Busana yang digunakan umumnya berwarna keemasan yang melambangkan kemewahan (Deddy M. 2012:48).

Sementara itu, tata rias pengantin Sunda Siger modifikasi merupakan pengembangan dari tata rias pakem yang telah melalui berbagai penyesuaian, mengubah atau menambahkan tampilan pada riasan namun masih mengandung unsur tradisionalnya (Febrianti & Sri, 2023). Kemajuan dan perkembangan zaman membawa perubahan pada tata rias pengantin Sunda Siger modifikasi dengan penggunaan busana yang lebih *modern*, riasan wajah yang mengikuti tren dan penambahan aksesoris pengantin agar tampilan terlihat lebih menarik serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini (Arini F. 2019).

Sejauh ini, setiap tata rias pengantin yang ada merupakan bentuk baku atau tradisional. Namun, pada perkembangan masyarakat saat ini, tata rias pengantin di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Tata rias pengantin merupakan karya seni yang berkembang di dalam kelompok masyarakat dan keberadaannya selalu dilestarikan (Lutfiati & Kusstianti, 2019). Sebagai sebuah karya seni, tata rias pengantin juga mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan hidup dan lingkungan manusia itu sendiri. Hal ini dibuktikan dengan adanya buku serta dokumentasi dari berbagai kalangan pelestari yang berisi tentang tata cara merias pengantin tradisional yang telah mengalami modifikasi. Banyaknya perias pengantin tradisional maupun *make up artist*, mewarnai dunia tata rias dengan kreasi baru sebagai bentuk modifikasi dari tata rias pengantin tradisional sesuai kreatifitas masing-masing atau atas permintaan pengantin yang diriasnya.

Make up artist adalah seniman profesional yang menggunakan kulit wajah sebagai media karyanya dan produk kosmetik sebagai alatnya. *Make up artist* yaitu seseorang yang terampil dalam memoles wajah agar tampak lebih cantik berseri, mengoreksi wajah dengan menampilkan kelebihan dan menutupi kekurangannya (Octaviani et al., 2025). Tata rias pengantin sangat berperan penting didalam sebuah pernikahan. Hadirnya *Make up artist* adalah sebagai seseorang yang dapat melakukan teknik kamuflase wajah pengantin dengan menggunakan bantuan alat kosmetik sehingga dapat memberi kesan yang lebih indah (Agendari & Ganesha, 2024).

Sanggar Jiddiwedding adalah *make up artist* di wilayah Jakarta Utara yang memiliki perkembangan tata rias pengantin yang beragam sesuai dengan apa yang diinginkan calon pengantin. Dilihat dari tata rias pengantin di daerah lainnya yang berada di Jakarta Utara, calon pengantin ataupun pengantin perempuan di Sanggar Jiddiwedding sangat jarang menggunakan tata rias yang berasal dari wilayah aslinya (dalam hal ini budaya Jawa dan Betawi). Hasil wawancara singkat dengan pemilik Sanggar Jiddiwedding pada tanggal 3 Febuari 2026, menunjukkan calon pengantin lebih memilih menggunakan tata rias Sunda Siger modifikasi pada saat melangsungkan pernikahannya. Pelaksanaan pernikahan di Sanggar Jiddiwedding kebanyakan menggunakan tata rias pengantin adat antara lain : Sunda Siger Modifikasi, Solo hijab Putri, Jogja hijab Putri, Pengantin Padang, dan Pengantin Internasional (Bridal) lainnya. Hal ini karena faktor asal daerah kedua orang tua, atau salah satu pasangan mengikuti budaya calon mempelai.

Seiring dengan adanya perkembangan peradaban dan kebudayaan, serta kemajuan ilmu dan teknologi, keinginan manusia terus meningkat sehingga selain keinginan pokok, manusia memiliki keinginan tambahan yang sangat beragam. Keragaman keinginan atau minat ini ditentukan oleh berbagai faktor, diantaranya faktor lingkungan, kebudayaan, kepribadian seperti status seseorang dalam masyarakat, selera pribadi, umur, pendidikan, adat istiadat, dan lain-lainnya. Keanekaragaman keinginan manusia, barang dan jasa yang dibutuhkannya juga beragam. Pemenuhan kebutuhan hidupnya, seorang konsumen harus memilih produk dan jasa yang akan dikonsumsi, begitu pula dalam memutuskan pemilihan tata rias pengantinnya. Menurut Kotler & Keller (2012:166), pada saat

konsumen akan melakukan pembelian yang pertama kali akan suatu produk atau jasa, pertimbangan yang mendasarinya akan berbeda dari pembelian yang berulang kali dilakukan. Konsumen akan melakukan pencarian informasi dan pertimbangan yang lebih matang. Pencarian informasi yang dilakukan seperti mencari informasi lewat media sosial, membaca artikel, atau meminta saran kepada individu lain yang telah memakai jasa tata rias Sunda Siger modifikasi. Banyaknya pilihan tata rias pengantin yang tersedia, kondisi yang dihadapi konsumen seperti pertimbangan-pertimbangan yang mendasari tersebut akan membuat minat pengambilan keputusan satu individu berbeda dari individu lainnya.

Tata rias pengantin Sunda Siger telah berkembang dengan berbagai faktor, selain karena mayoritas perempuan sekarang kebanyakan berhijab, dan tren *fashion* yang dinamis sehingga semakin menarik minat calon pengantin perempuan untuk memodifikasi tata rias pengantin Sunda Siger. Tata rias pengantin yang sedang menjadi salah satu tren di Sanggar Jiddiwedding saat ini adalah tata rias pengantin Sunda Siger modifikasi.

Sebagai *make up artist* yang memenuhi kebutuhan dari beragam konsumen. Jumlah konsumen yang menggunakan tata rias pengantin di Sanggar Jiddiwedding mencapai 18-25 konsumen dalam setiap bulannya, menunjukkan adanya minat yang cukup besar terhadap layanan yang ditawarkan. Pernikahan bagian momen penting dalam kehidupan yang diharapkan terjadi sekali seumur hidup. Oleh karena itu, penampilan yang maksimal di hari pernikahan menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh calon pengantin. Keinginan untuk tampil cantik dan menarik mendorong calon pengantin untuk mempertimbangkan berbagai pilihan tata rias yang sesuai dengan preferensi individu. Preferensi dapat diartikan sebagai kecenderungan serta minat individu dalam memilih suatu produk atau jasa berdasarkan pertimbangan tertentu (Wardhana, 2024:183–188).

Banyaknya konsumen mulai melihat timbulnya tren modifikasi pada tata rias pengantin terutama yang berlatar belakang budaya dan kemajuan teknologi informasi. Mengingat zaman semakin serba digital, membuat arus informasi mudah diakses dimana saja dan kapan saja, sehingga perkembangan ini diikuti oleh bidang lain tak terkecuali dunia *fashion* dan tata rias itu sendiri. Adanya peluang tersebut, maka banyak Sanggar tata rias yang menawarkan berbagai macam teknik dan

teknologi pada tata rias pengantinnya. Usaha untuk mendapatkan hasil yang baik, tata rias Sunda Siger modifikasi dapat dilakukan secara lebih detail dan mendalam dengan menggunakan berbagai kombinasi kekinian.

Minat diartikan sebagai kecenderungan psikologis yang mendorong individu untuk memilih, memperhatikan, atau terlibat dalam suatu aktivitas tertentu (Furqon, 2024:5). Menurut Raflina, (2024:124-129) minat yaitu kondisi psikis yang terdiri dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Artinya minat adalah kecenderungan dari dalam individu untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangkan suatu objek. Minat konsumen di Sanggar Jiddiwedding dalam pemilihan tata rias pengantin bisa dilihat dari bermacam-macam tata rias pengantin yang banyak digunakan dan berkembang. Minat yang timbul pada seseorang bisa dipengaruhi beberapa faktor internal dan eksternal seperti budaya, sosial dan pribadi serta pemasaran sanggar (Kotler & Keller., 2016:15 dalam Yanti 2019).

Penelitian mengenai minat konsumen dalam pemilihan tata rias pengantin telah banyak dilakukan di berbagai daerah. Penelitian oleh Afkarina et al. (2020) menunjukkan bahwa minat konsumen dalam pemilihan konsep tata rias pengantin di bless salon dan wedding Surabaya dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, pribadi, dan psikologis/tren. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin cenderung mengarah pada konsep modifikasi pada pengantin berhijab. Selanjutnya, Ramadhanti & Widowati (2024) menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap tata rias pengantin cilacap putri dipengaruhi oleh aspek budaya, sosial dan pribadi. Sementara itu, penelitian oleh Kusnaedi dkk. (2025) mengungkapkan bahwa minat masyarakat Palembang dalam memilih tata rias pengantin Sunda Siger dipengaruhi oleh faktor internal seperti motivasi pribadi, nilai budaya dan preferensi individu, serta faktor eksternal seperti lingkungan, sosial media, teman dan keluarga.

Berdasarkan berbagai penelitian yang telah dilakukan, minat konsumen dalam pemilihan tata rias pengantin dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi yang berkembang seiring dengan perubahan tren. Penelitian Afkarina dkk. (2020) menyoroti pengaruh berbagai faktor dalam pemilihan konsep tata rias pengantin dengan penekanan pada aspek budaya dan tren. Ramadhanti & Widowati

(2024) mengkaji minat masyarakat terhadap tata rias pengantin Cilacap Putri berdasarkan aspek budaya, sosial, dan pribadi. Sementara itu, Kusnaedi dkk (2025) menganalisis perbandingan minat masyarakat terhadap pilihan tata rias pengantin Sunda Siger dan Aesan Palembang dengan menitikberatkan pada perbedaan latar budaya. Meskipun demikian, fokus kajian dari penelitian-penelitian tersebut masih menunjukkan pendekatan yang berbeda-beda dan belum mengarah pada analisis yang mengaitkan faktor-faktor pembentuk minat konsumen dengan kecenderungan pilihan dalam satu jenis tata rias, selain itu, faktor pemasaran yang dilakukan oleh *make up artist* sebagai stimulus yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen belum banyak dikaji secara spesifik. Oleh karena itu, penelitian ini menghadirkan kebaruan (*novelty*) dengan memadukan faktor sosial, budaya, dan pribadi, serta menambahkan faktor pemasaran sanggar sebagai variabel yang dianalisis, dengan fokus pada kecenderungan pilihan konsumen pada tata rias pengantin Sunda Siger di Sanggar Jiddiwedding.

Pemilihan tata rias pengantin Sunda Siger dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan karakteristik pasar dan segmentasi layanan di Jiddiwedding. Meskipun secara geografis Jiddiwedding berlokasi di DKI Jakarta yang identik dengan budaya Jawa dan Betawi, namun secara demografis, Jakarta merupakan kota metropolitan dengan masyarakat yang heterogen dan multikultural. Banyak pasangan pengantin di Jakarta yang berasal dari berbagai daerah, termasuk Jawa Barat, sehingga tetap mempertahankan adat Sunda Siger dalam prosesi pernikahan mereka. Selain itu, secara tren industri *wedding*, konsep tata rias pengantin Sunda Siger memiliki bentuk yang berkembang. Perkembangan tata rias pengantin Sunda Siger modifikasi saat ini menunjukkan adanya pergeseran dan variasi konsep, dari tata rias yang mengikuti pakem tradisional secara utuh menjadi tata rias yang telah mengalami modifikasi dengan sentuhan *modern*. Kondisi ini mencerminkan adanya pergeseran minat di kalangan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini tidak bertujuan membahas dominasi adat tertentu berdasarkan letak wilayah, melainkan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menentukan pilihan tata rias Sunda Siger modifikasi yang ditawarkan oleh Jiddiwedding.

Penelitian ini penting dilakukan mengingat perkembangan tren tata rias pengantin yang semakin *modern* dapat mempengaruhi keberlangsungan nilai-nilai

budaya tradisional, khususnya pada tata rias pengantin Sunda Siger. Adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi praktisi jasa rias dalam mengembangkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen tanpa mengabaikan unsur budaya. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan ilmu di bidang tata rias dan kecantikan, khususnya yang berkaitan dengan minat konsumen pada tata rias pengantin. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen dalam Pemilihan Tata Rias Pengantin Sunda Siger di Sanggar Jiddiwedding”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang menjadi fokus penelitian sebagai berikut :

1. Adanya pergeseran minat dipengaruhi oleh tren yang berkembang didalam masyarakat sehingga terjadi peningkatan konsumen dalam memilih gaya riasan yang lebih *modern* (modifikasi).
2. Pelaksanaan pernikahan pada pengantin Sunda Siger Modifikasi lebih praktis dari segi waktu, biaya dan rangkaian kegiatannya dibandingkan pengantin Sunda Siger tradisional.
3. Adanya inovasi tata rias yang berkembang di masyarakat membuat pakem pengantin Sunda Siger menjadi melebar.
4. Masuknya budaya luar ke Indonesia menjadikan budaya *modern* dari beragam media digital seperti media sosial dan informasi global.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk membatasi cakupan kajian agar tetap sesuai dengan fokus penelitian, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin Sunda Siger yaitu ada faktor budaya, sosial, pribadi dan pemasaran sanggar.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat konsumen dalam pemilihan tata rias pengantin Sunda Siger di Sanggar Jiddiwedding?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin Sunda Siger di Sanggar Jiddiwedding

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat di dalam dunia pendidikan baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu :

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, memperkaya wawasan khususnya dalam bidang tata rias pengantin, sebagai bahan informasi mengenai tata rias pengantin Sunda Siger modifikasi serta mendapatkan data yang objektif mengenai faktor faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias tersebut.

2. Praktis

- a. Bagi Program Studi

Diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan bahan pembelajaran mengenai tata rias pengantin Sunda Siger.

- b. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dan bahan acuan perbandingan ataupun literatur bagi peneliti yang melakukan penelitian yang relevan dimasa yang akan datang.

- c. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang lebih tentang tata rias pengantin Sunda Siger dan menambah pengalaman peneliti dalam

melakukan penelitian mengenai minat konsumen terhadap tata rias pengantin Sunda Siger.

d. Bagi Sanggar

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi MUA dalam memahami minat dan kebutuhan konsumen terhadap tata rias pengantin Sunda Siger.

