

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN DALAM MEMILIH TATA RIAS PENGANTIN MODIFIKASI BERKERUDUNG (BERHIJAB) DI KABUPATEN PAMEKASAN

Nurul jannah

S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

nanasifana17@gmail.com

Sri Dwiyantri

Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

Jhanthie.dj@yahoo.co.id

Abstrak

Tata rias pengantin merupakan bagian dari tata rias korektif, dalam merias pengantin perlu ditampilkan dengan gaya dan seni sesuai tradisi masing-masing. Tata rias pengantin di Indonesia sangat beragam, hampir disetiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas tata rias pengantin. Pamekasan sampai saat ini belum memiliki tata rias pengantin yang di bakukan. Pamekasan memiliki perkembangan tata rias pengantin yang beragam sesuai dengan apa yang diinginkan calon pengantin ataupun pengantin. Di Pamekasan sangat jarang menggunakan tata rias pengantin yang berasal dari Madura. Tata rias pengantin di Kabupaten pamekasan berkembang dengan berbagai faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat antara lain faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin modifikasi berkerudung (berhijab) di Kabupaten Pamekasan untuk mengetahui faktor sosial, faktor Pribadi dan faktor sosial. Penelitian ini termasuk jenis penelitian Deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan angket. Instrument penelitian berupa observasi dan wawancara yang dilakukan kepada Ketua DPC Harpi Melati Pamekasan dan salah satu perias terkenal di Pamekasan, dan lembar angket yang ditujukan kepada 30 responden. Teknik analisis data menggunakan rumus presentase. Hasil penelitian meliputi 3 faktor yaitu (1) faktor budaya memperoleh nilai rata-rata sangat setuju 46%. (2) faktor pribadi memperoleh nilai rata-rata setuju 38,5%. (3) faktor sosial memperoleh nilai rata-rata Setuju 34,7%. Kesimpulan berdasarkan analisis data untuk faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor sosial sangat berpengaruh dalam faktor minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin Modifikasi berkerudung (berhijab) di Kabupaten Pameksan.

Kata kunci: Tata Rias Pengantin, Modifikasi berkerudung, Kabupaten Pamekasan.

Abstract

Bridal makeup is part of a corrective makeup, bridal makeup needs to be displayed in the appropriate style and art traditions of each. Bridal makeup in Indonesia is very diverse, almost every region in Indonesia has a typical bridal makeup. Pamekasan until now has not had a bridal makeup that standardize. Pamekasan have bridal developments that vary according to the wishes of the bride or groom. In Pamekasan very rarely use bridal originating from Madura. Bridal makeup in Pamekasan Regency developing a variety of factors. Factors that affect the interests of other cultural factors, personal factors, and social factors. This study aims to determine the factors that affect the interests of consumers in choosing bridal hooded modification (hijab) in Pamekasan to know as social, private and social factors. This research is descriptive quantitative research. Data collection methods used were observation, interviews and questionnaires. Research instrument in the form of observations and interviews conducted by the Chairman of the DPC Harpi Bed Pamekasan and one well-known makeup artist in Pamekasan, and sheets questionnaire addressed to 30 respondents. Data were analyzed using a percentage formula. The results of the study includes three factors: (1) the cultural factors obtain an average value strongly agree 46%. (2) the personal factor obtaining an average value of 38.5% disagree. (3) social factors obtain an average value Agree 34.7%. Conclusions based on data analysis to cultural factors, personal factors, and social factors are very influential factor in consumer interest in selecting bridal hooded Modification (hijab) in the District Pameksan.

Keywords: Bridal Makeup, Modification hooded, district Pamekasan.

PENDAHULUAN

Tata rias secara umum dapat dibagi menjadi dua tahapan yaitu riasan dasar dan riasan dekoratif (Kusantati 2008:452). Di dalam tata rias terbagi menjadi: tata rias karakter, tata rias geriatri, tata rias beauty atau sehari-hari, tata rias korektif, tata rias panggung dan lain-lain (Kusantati 2008:469). Tata rias pengantin merupakan bagian dari tata rias korektif, dalam merias pengantin perlu ditampilkan dengan gaya dan seni sesuai tradisi masing-masing. Tata rias pengantin di Indonesia sangat beragam, hampir disetiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas tata rias pengantin. Tata rias pengantin terbagi menjadi tata rias Internasional (*Bridal*) dan tata rias pengantin Indonesia. Tata rias pengantin Indonesia sendiri terdiri atas ratusan suku, Indonesia memiliki kekayaan yang tak ternilai. Adat dan istiadat yang ada di setiap suku merupakan warisan turun temurun yang patut dijaga kelestariannya. Salah satu bentuk kekayaan itu adalah tradisi dan upacara pernikahan di tiap suku yang berbeda satu sama lain (Tien Santoso 2010:1). Tata rias pengantin di Indonesia salah satu contoh ialah tata rias pengantin yang ada di pulau Madura.

Pulau Madura terbagi menjadi empat Kabupaten seperti: Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep. tata rias pengantin yang ada di Madura seperti: tata rias pengantin Kaputren Keraton, tata rias pengantin Legha dan tata rias pengantin Madura Lilin khas Kabupaten Sumenep, tata rias pengantin Madura Putri, tata rias pengantin Tanjung Bumi, dan tata rias pengantin Potre Melate dari Kabupaten Bangkalan. Kabupaten Pamekasan dan Kabupaten Sampang sampai saat ini belum memiliki tata rias pengantin yang dibakukan (wawancara Atin, 20 November 2015). Kabupaten Pamekasan memiliki perkembangan tata rias pengantin yang beragam sesuai dengan apa yang diinginkan oleh kedua calon mempelai. Dilihat dari tata rias pengantin di Kabupaten lainnya yang ada di Madura, calon pengantin ataupun pengantin di Kabupaten Pamekasan sangat jarang menggunakan tata rias pengantin yang berasal dari Madura. Mereka lebih memilih menggunakan tata rias modifikasi, tata rias pengantin Indonesia ataupun tata rias pengantin Bridal saat melangsungkan pernikahan (wawancara atin, 20 November 2015). Pelaksanaan pernikahan di Pamekasan kebanyakan menggunakan tata rias pengantin, antara lain: pengantin Solo, pengantin Yogyakarta, pengantin Sunda, pengantin padang, pengantin modifikasi, pengantin Internasional (*Bridal*) dan lain-lain. Untuk saat ini tata rias pengantin yang berkembang dan sering digunakan saat pernikahan di Pamekasan tata rias pengantin modifikasi berhijab (Wawancara Munif, 28 November 2016).

Tata rias pengantin di Kabupaten pamekasan berkembang dengan berbagai faktor. Selain karena mayoritas perempuan di Kabupaten Pamekasan saat ini berkerudung (*berhijab*), dan tren hijab di kota Pamekasan semakin menarik minat perempuan atau calon pengantin perempuan untuk berkerudung (*berhijab*). Minat adalah kecenderungan jiwa (afektif) dan perhatian seseorang terhadap suatu hal, sehingga seseorang menjadi termotivasi dan tumbuh rasa senangnya terhadap hal tersebut (Prasetyono 2008: 54). Muhibbin syah (2003:151) menjelaskan minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.

Pengertian konsumen adalah, pemakai, penikmat, pemanfaat, pemakan, peminum, penerima, pendengar pemirsa, dan banyak lagi (Mulyadi, 2012:24). Sedangkan menurut Philip kotler (2000) dalam bukunya principles of marketing adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli/ memperoleh barang/ jasa untuk dikonsumsi pribadi.

Minat konsumen terhadap tata rias pengantin yang ada di Kabupaten Pamekasan bisa dilihat dari bermacam-macam tata rias pengantin yang digunakan dan berkembang. Minat yang timbul dari seseorang terhadap tata rias pengantin ada beberapa faktor yang mempengaruhi. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menurut mulyani (2013) antara lain faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor sosial.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah faktor budaya mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin berkerudung (*berhijab*) di Kabupaten Pamekasan?, Apakah faktor Pribadi mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin berkerudung (*berhijab*) di Kabupaten Pamekasan?, Apakah faktor sosial mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin berkerudung (*berhijab*) di Kabupaten Pamekasan?.

Tujuan dari penulisan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui faktor budaya yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin berkerudung (*berhijab*) di Kabupaten Pamekasan, Untuk mengetahui faktor pribadi yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin berkerudung (*berhijab*) di Kabupaten Pamekasan, Untuk mengetahui minat sosial yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin berkerudung (*berhijab*) di Kabupaten Pamekasan.

METODE

Penelitian ini merupakan upaya yang dilakukan untuk menjawab dan memecahkan suatu permasalahan secara sistematis, dengan mengikuti langkah tertentu, pengumpulan data secara empiris dan menarik kesimpulan atas jawaban tersebut

berdasarkan data yang telah terkumpul. Berdasarkan masalah tersebut maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif.

Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat Penelitian ini dilakukan di rumah konsumen di daerah sekitar kecamatan kota, Kecamatan Tlanakan dan kecamatan Pakong di Kabupaten Pamekasan. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan November 2015 sampai dengan Maret 2016.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ditujukan kepada konsumen, tentang seberapa besar minat konsumen terhadap tata rias pengantin yang berada di Kabupaten Pamekasan. Dalam penelitian ini adalah calon pengantin yang akan melakukan pernikahan ataupun pengantin yang telah menikah dengan menggunakan 30 responden atau konsumen untuk menjadi nara sumber penelitian ini dengan batasan umur 17 tahun sampai 28 tahun.

Metode Pengumpuln Data

Metode pengumpulan data yang digunakan data penelitian ini adalah observasi, wawancara dan angket.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah obervasi dan wawancara yang dilakukan kepada Ketua DPC Harpi Melati Pamekasan dan salah satu perias terkenal di Pamekasan, dan lembar angket yang ditujukan kepada 30 responden.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah cara yang dipergunakan untuk mengolah, meneliti atau menganalisa data serta membuktikan kebenarannya data yang diperoleh. Teknik analisis yang digunakan adalah persentase dengan rumus:

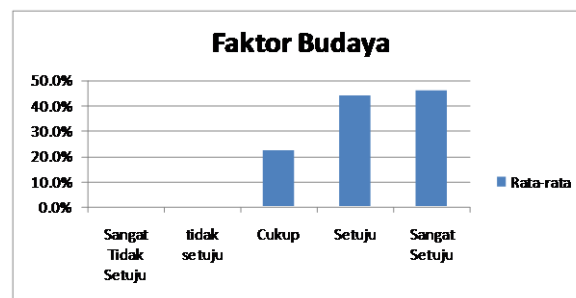
$$P = f/N \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

1. Faktor Budaya

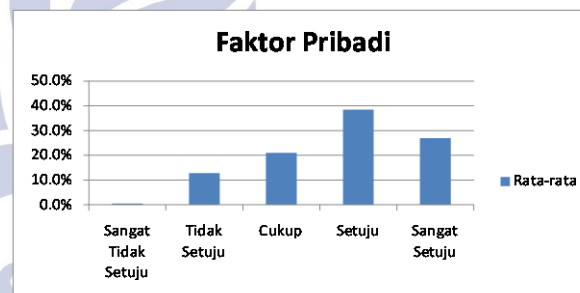
Untuk menjelaskan hasil respon calon pengantin ataupun yang sudah menikah secara ringkas disajikan berdasarkan faktor budaya. Dapat dilihat pada diagram di bawah ini:



Grafik diatas menunjukkan gambaran para responden yang mengisi sebaran angket berdasarkan faktor budaya. Hasil jawaban responden tanggapannya memilih cukup, setuju dan angat setuju, hasil tertinggi tanggapan responden memilih pada sangat setuju. Maka faktor budaya dapat dikatakan sangat berpengaruh dalam faktor minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin Modifikasi berkerudung (berhijab).

2. Faktor Pribadi

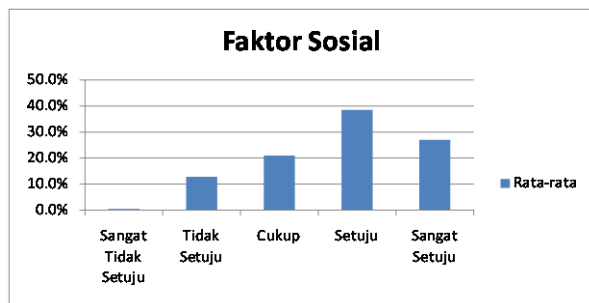
Untuk menjelaskan hasil respon calon pengantin ataupun yang sudah menikah secara ringkas disajikan berdasarkan faktor Pribadi. Dapat dilihat pada diagram di bawah ini:



Grafik diatas menunjukkan gambaran para responden yang mengisi sebaran angket berdasarkan faktor pribadi. Pada faktor pribadi diajukan beberapa pertanyaan dengan jawaban responden antara lain: sangat tidak setuju, tidak setuju, Cukup, Setuju dan Sangat Setuju. Untuk faktor pribadi sebagian besar konsumen menyatakan pada jawaban setuju. Maka faktor pribadi dapat dikatakan menunjang terhadap minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin modifikasi berkerudung (berhijab).

3. Faktor Sosial

Untuk menjelaskan hasil respon calon pengantin ataupun yang sudah menikah secara ringkas disajikan berdasarkan faktor sosial. Dapat dilihat pada diagram di bawah ini:



Grafik di atas menunjukkan gambaran para responden yang mengisi sebaran angket berdasarkan faktor sosial. Hasil tertinggi tanggapan responden terletak pada jawaban setuju. Maka faktor sosial dapat dikatakan mempengaruhi terhadap minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin modifikasi berkerudung (berhijab).

B. Pembahasan

1. Faktor budaya

Pada faktor budaya di ajukan beberapa butir pertanyaan. Untuk faktor budaya sebagian besar konsumen menyatakan bahwa faktor yang terkandung dalam unsur budaya mempengaruhi calon pengantin ataupun yang sudah menikah dalam pemilihan tata rias pengantin. Faktor sosial yang sebagian besar menyatakan bahwa dalam memilih tata rias pengantin modifikasi berhijab faktor budaya yang sangat berpengaruh dalam pemilihan tata rias pengantin modifikasi berhijab. Hasil penelitian sesuai dengan pendapat Mulyani (2013) faktor budaya terbagi menjadi tiga bagian yaitu (1) melestarikan budaya, (2) ritual, norma dan tradisi, dan yang terakhir (3) agama. Seperti halnya pendapat prabu (2008: 42) budaya adalah hasil kreativitas manusia dari satu generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.

2. Faktor pribadi

Pada faktor pribadi di ajukan beberapa butir pertanyaan. Untuk faktor pribadi tanggapan responden yaitu calon pengantin ataupun yang sudah menikah banyak menyatakan bahwa pemilihan tata rias pengantin modifikasi berhijab karena keinginan diri sendiri dengan berbagai pertimbangan. Ada pula yang memberi jawaban bahwa dalam memilih tata rias pengantin modifikasi berhijab tersebut karena menurut responden tata rias pengantin modifikasi berhijab lebih terasa nikmat dan lebih menarik saat digunakan. Hasil penelitian faktor pribadi sesuai dengan pendapat Mulyani (2013) yang menyatakan faktor pribadi terdiri dari: usia, bakat, jenis kelamin, gaya hidup, pekerjaan, ekonomi, dan kepuasan pelayanan jasa. Pendapat

lain mengatakan faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan menurut kotler (2006: 203).

3. Faktor sosial

Pada faktor sosial di ajukan beberapa butir pertanyaan. Untuk faktor sosial sebagian responden menyatakan bahwa dalam pemilihan tata rias pengantin modifikasi berhijab berdasarkan keputusan yang sudah di pertimbangkan bersama anggota keluarga, sesuai dengan pendapat Mulyani (2013) yang mengatakan bahwa faktor sosial terdiri dari keluarga, tempat tinggal atau lingkungan, pergaulan atau kelas sosial, dan pendidikan. Pendapat lain mengatakan faktor sosial keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang prilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan pembeli/ konsumen (Prabu, 2002: 47). Pendapat kotler (2006: 203) mengatakan faktor sosial merupakan pembagian masyarakat yang relative homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penyajian dan analisis data tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Dilihat dari faktor budaya yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin modifikasi berkerudung (berhijab) di kabupaten Pamekasan di dapatkan hasil responden rata-rata nilai tertinggi jawaban responden sangat setuju dengan persentase 46%. Sehingga faktor budaya dapat dikatakan sangat berpengaruh dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin Modifikasi berkerudung (berhijab) yang akan digunakan ataupun yang sudah digunakan di acara pernikahan, yang dipengaruhi oleh unsur agama yang sangat kental di Kabupaten Pamekasan.
2. Dilihat dari faktor Pribadi yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin modifikasi berkerudung (berhijab) di kabupaten Pamekasan di dapatkan hasil responden rata-rata nilai tertinggi jawaban responden sangat setuju dengan persentase 38,5%. Sehingga faktor Pribadi dapat dikatakan berpengaruh dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin Modifikasi berkerudung (berhijab) yang akan digunakan ataupun yang sudah digunakan

di acara pernikahan untuk menyesuaikan biaya segala keperluan acara pernikahan.

3. Dilihat dari faktor sosial yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin modifikasi berkerudung (berhijab) di kabupaten Pamekasan di dapatkan hasil responden rata-rata nilai tertinggi jawaban responden sangat setuju dengan persentase 34,7%. Sehingga faktor Sosial dapat dikatakan berpengaruh dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih tata rias pengantin Modifikasi berkerudung (berhijab) yang akan digunakan ataupun yang sudah digunakan di acara pernikahan untuk pertimbangan bersama anggota keluarga dan beberapa informasi yang diperoleh.

Saran

Diharapkan konsumen berminat dalam memilih tata rias pengantin modifikasi berkerudung tidak menghilangkan tata rias pengantin yang sudah dibakukan. Diharapkan untuk perlengkapan alat tata rias wajah, kosmetik, yang digunakan, busana dan perhiasan selalu mengikuti trend mode tata rias pengantin. Diharapkan konsumen tetap menggunakan unsur kebudayaan dari tata upacara adat pernikahan, guna menjaga adat kebudayaan Indonesia agar anak cucu kita nantinya tetap mengerti tentang adat kebudayaan. Perlu dilakukannya penelitian lanjutan tentang tata rias pengantin di Kabupaten Pamekasan, agar nantinya Kabupaten Pamekasan memiliki tata rias pengantin yang dibakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atin. Salon ruli. 2015. wawancara
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2006. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kusantati, Herni Dkk. 2008. Tata Kecantikan Jilid 3. Jakarta: Jendral Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional.
- Munif. Alon monica . 2016. Wawancara
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Prilaku Konsumen*. Bandung Remaja Rosdan Karya
- Mangkunegara, Prabu. 2008. *Manajemen Sumber Daya Perusahaan*. Bandung: Revika Aditara.
- Nitisusastro, Dr. H. Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perpektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Nitisusastro, H. Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perpektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Nurkanca, Mulyani. 2013. *Jasa Pengukuran Minat Ekonomi*. Jakarta: Alfa.
- Prasetyono, Dwi Sunar. 2008. *Rahasia Mengajarkan Gemar Membaca Pada Anak Sejak Dini*. Jogjakarta: Think.

Santoso Tien. 2010. *Tata Rias Dan Busana Pengantin Seluru Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Syah, Muhibin. 2003. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.