KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP HASIL TATA RIAS MAKE UP ARTIST PRIA DAN MAKE UP ARTIST WANITA DI KOTA SEMARANG

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan
Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan

Oleh

AwaliyanaRakhmawati
5402411046

JURUSAN PENDIDIKAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2016

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor), baik di Universitas Negeri Semarang (UNNES) maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Pembimbing dan masukan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Semarang, 18 Januari 2016

Yang membuat pernyataan,

Awaliyana Rakhmawati
NIM. 5402411046

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Awaliyana Rakhmawati

NIM : 5402411046

Program Studi : Pendidikan Tata Kecantikan

Judul Skripsi : Kepuasan Pelanggan Terhadap Hasil Tata Rias Make up Artist Pria Dan Make up Artist Wanita Di Kota Semarang

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke ujian skripsi Program Studi S-1 Pendidikan Tata Kecantikan PKK FT UNNES.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Semarang, 18 Januari 2016

Dr. Trisnani Widowati, M.Si
NIP. 196202271986012001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Kepuasan Pelanggan Terhadap Hasil Tata Rias *Make up Artist* Pria dan *Make up Artist* Wanita Di Kota Semarang

disusun oleh : Awaliyana Rakhmawati

5402411046

Telah dipertahankan di hadapan sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang pada tanggal 18 bulan januari tahun 2016

Panitia:

Ketua Panitia	Sekretaris
Dra. Sri Endah Wahyuningsih, M.Pd	Ade Novi Nurul Ihsani, M.Pd.
NIP. 196805271993032010	NIP. 198211092008012005

Penguji I	Penguji II	Penguji III/ Pembimbing
Dra. Erna Setyowati, M. Si	Dra. Marwiyah, M. Pd	Dr.Trisnani Widowati. M.Si
NIP. 196104231986010 01	NIP.195702201984032001	NIP.196202271986012001

Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik UNNES

Dr. Nur Qudus, M.T.
NIP. 196911301994031001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

1. Gunakanlah kosmetik secukupnya dan pakailah riasan pada tempatnya. (Peneliti)
2. *Make up* tidak akan merubah dirimu, *make up* hanya akan mempertegas apa yang ada dalam dirimu. (Peneliti)

PERSEMBAHAN

- *Kepada kedua orangtua, Bapak Sumarna, S.Sos dan Risti Handayani, S.Pd, terimakasih atas segala do'a dan motivasinya, cinta dan kasih sayang, serta nasihat yang beliau berikan.*
- *Terimakasih untuk Rizki Maulana Mukhtar,SH yang selama 5 tahun bersama selalu memberikan semangat, do'a, dan kasih sayangnya*
- *Kepada kedua adik saya Mahmud Arifudin dan Mutiara Rakhmisya Amalia yang selalu memberikan do'a, dukungan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.*

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Kepuasan Pelanggan Terhadap Hasil Tata Rias Make up Artist Pria dan Make up Artist Wanita di Kota Semarang"** ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan di Universitas Negeri Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti memperoleh bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang yang telah memberi ijin dan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ketua Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Semarang yang telah memberi petunjuk dan saran.
3. Ibu Dr. Trisnani Widowati, M.Si, Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan sabar, arahan, dan saran kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Erna Setyowati, M.Si, M.Sn dan Ibu Dra. Marwiyah, M.Pd, Dosen penguji yang telah memberikan arahan dan saran kepada peneliti.
5. Para *Make up Artist* dan responden yang telah membantu dalam penelitian skripsi ini.
6. Teman teman satu jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga angkatan tahun 2011 yang ikut membantu penelitian ini, khususnya sahabat sahabat mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan angkatan 2011.

7. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, yang telah membantu terselesainya skripsi ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah Yang Maha Pengasih. Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penelitian skripsi ini dan semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua.

Peneliti

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

ABSTRAK

Awaliyana Rakhmawati, 2015, Kepuasan Pelanggan Terhadap Hasil Tata Rias Meke up Artist Pria dan Make up Artist Wanita Di Kota Semarang, Dr.Trisnani Widowati, M.Si, Pendidikan Tata Kecantikan.

Keinginan wanita dan pria untuk mempercantik diri melalui rias sangat tinggi namun tidak semua orang dapat merias dirinya sendiri dengan baik dan sempurna. Kebutuhan yang tinggi akan *make up artist* dijadikan peluang bisnis untuk semua kalangan masyarakat, pria maupun wanita. Kebanyakan dari konsumen mengukur kualitas seorang *make up artist* dari *photofolio* hasil *make up* atau ungkapan kepuasan para pelanggan lain. Karena kepuasan pelanggan merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan pemberi jasa. Keunggulan suatu jasa tergantung pada keunikan serta kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Salah satu cara untuk mengetahui kualitas suatu jasa tata rias satu dengan yang lain adalah dengan mengetahui kepuasan pelanggan antara *make up artist* pria dan wanita. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap *make up artist* pria dan *make up artist* wanita di Kota Semarang.

Metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode dalam penelitian ini menggunakan kuesioner angket, observasi dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk Kota Semarang yang diperoleh dari BPS Kota Semarang tahun 2015 yang berjumlah 1.268.292 orang. Sampel yang digunakan peneliti adalah teori Harry King yaitu bila dikehendaki kepercayaan sampel terhadap populasi 10% atau tingkat kesalahan 10% maka jumlah sampel yang diambil 272 pelanggan jasa tata rias di Kota Semarang.

Hasil yang diperoleh pada kota Semarang menunjukkan dan 272 responden yang menggunakan jasa tata rias pada *make up artist* menunjukkan 69,4% pelanggan lebih puas terhadap make up artist pria dan 69,2% pelanggan lebih puas terhadap *make up artist* wanita.

Simpulan dari penelitian ini adalah (1) Hasil kepuasan pelangan terhadap hasil tata rias *make up artist* pria di Kota Semarang masuk dalam kategori baik (2) Hasil kepuasan pelangan terhadap hasil tata rias *make up artist* wanita di Kota Semarang masuk dalam kategori baik (3) Hasil kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias *make up artist* pria dan wanita di Kota Semarang tidak mempunyai banyak perbedaan yang berarti. Ini dikarenakan kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias *make up artist* pria dan *make up artist* wanita di Kota Semarang sama-sama dalam ketegori baik. Saran yang diberikan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yaitu (1) Sebaiknya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan semua *make up artist* di harap selalu mengikuti perkembangan *trend* tata rias terbaru sehingga bisa memberikan pelayanan rias denga hasil yang menarik dan memiliki hasil yang optimal. (2) Bagi para pelanggan sebaiknya memberikan informasi dengan alergi kulit yang ada pada dirinya dan sedikit karakter dirinya sehingga para *make up artist* bisa melakukan tata rias sesuai dengan jenis kulit dan karakter diri (3) Setiap jasa *make up artist* harus selalu mengutamakan kepuasan, kenyamanan, dan kebersihan agar pelanggan merasa puas dan selalu menggunakan jasa tata rias.

Kata kunci: *Kepuasan pelanggan, Hasil tata rias, Make up artist.*

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN ii
PENGESAHAN iii
MOTTO dan PERSEMBAHAN iv
KATA PENGANTAR vi
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
BAB 1 PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 4
1.3 Pembatasan Masalah 4
1.4 Rumusan Masalah 4
1.5 Tujuan Penelitian 5
1.6 Manfaat Penelitian 5
1.7 Penegasan Istilah 6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA 8
2.1 Landasan Teori 7
2.2 Kepuasan Pelanggan 7
2.3 Tata Rias 20
2.3.1 Tata Rias yang Tepat 24
2.3.2 Macam-macam Tata Rias 41
2.4 *Make up Artist* 49
2.5 Kerangka Berfikir 63
BAB 3 METODE PENELITIAN 65
3.1 Jenis Penelitian 65

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 65
3.3 Populasi 66
3.4 Sampel 66
3.5 Variabel Penelitian 69
3.6 Metode Pengumpulan Data..... 70
3.6.1 Kuisioner..... 70
3.6.2 Observasi 70
3.7 Sumber Data..... 71
3.8 Instrumen Penelitian 71
3.9 Uji Coba Instrumen Penelitian..... 75
3.9.1 Validitas 75
3.9.2 Reabilitas 76
3.9.2 Teknik Analisis Data 77
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 51
4.1 Hasil Penelitian 79
4.1.1 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan Terhadap Hasil Tata Rias *Make up Artist* pria..... 79
4.1.2 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan Terhadap Hasil Tata Rias *Make up Artist* Wanita 79
4.1.3 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan Terhadap Hasil Tata Rias *Make up Artist* Pria 81
4.2 Uji Pesyarat Analisis..... 79
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas..... 79
4.2.2 Uji Normalitas Data 79
4.3 Pembahasan 80
BAB V PENUTUP 85
5.1 Simpulan 85
5.2 Saran 86

DAFTAR PUSTAKA 95
LAMPIRAN..... 97

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

3.1 Jumlah *Make up Artist* 68

3.2 Kisi-kisi Kuisioner untuk *Make up Artist* 72

3.3 Kisi-kisi Kuisioner untuk Pelanggan 70

3.4 Uji Validitas Data..... 72

3.5. Uji Reliabilitas Data..... 73

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas 74

4.2 Uji Normalitas Data 75

4.3 Deskriptif Kepuasan Pelanggan Mengenai Hasil Tata Rias *Make up Artist* Pria 77

4.4 Deskriptif Kepuasan Pelanggan Terhadap Hasil Tata Rias *Make up Artist* Wanita 89

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1 Bentuk Wajah Oval 24
2.2 Bentuk Wajah Segitiga Terbalik 25
2.3 Bentuk Wajah Segitiga 26
2.4 Bentuk Wajah Empat Persegi Panjang 26
2.5 Bentuk Wajah Jajar Genjang 27
2.6 Bentuk Wajah Bulat 28
2.7 Bentuk Mata dan Alis Normal 29
2.8 Bentuk Mata dan Alis Berdekatan 29
2.9 Bentuk Mata cembung dan Alis Tipis 30
2.10 Bentuk Mata dan Alis Berjauhan 31
2.11 Bentuk Mata Kecil dan Alis Tipis 31
2.12 Bentuk Mata Cembung dan Alis Melengkung 32
2.13 Bentuk Mata Sipit dan Alis Rendah 32
2.14 Bentuk Mata Berjauhan dan Alis Panjang 33
2.15 Bentuk Mata Besar Turun dan Alis Melengkung 34
2.16 Bentuk Mata Besar dan Alis Melengkung 34
2.17 Bentuk Bibir Normal 35
2.18 Bentuk Bibir Lebar dan Tipis 36
2.19 Bentuk Bibir Lebar dan Tebal 36
2.20 Bentuk Bibir Turun 36
2.21 Bentuk Bibir Naik 37
2.22 Bentuk Bibir Tipis 37
2.23 Bentuk Hidung Normal 38
2.24 Bentuk Hidung Panjang 38
2.25 Bentuk Hidung Pendek 39
2.26 Bentuk Hidung Lebar 39
2.27 Bentuk Hidung Runcing 40
2.28 Rias Wajah Pagi 41

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.29 Rias Wajah Malam 42
2.30 Rias Wajah Cikatri 43
2.31 Rias Wajah Geriatri 44
2.32 Rias Wajah Panggung 45
2.33 Rias Wajah Fantasi 46
2.34 Rias Wajah untuk Foto 47
2.35 Rias Wajah Karakter 48
2.36 Bennu *Make up Artist* 51
2.37 Hasil Tata Rias Bennu *Make up* 51
2.38 Anpasuha *Make up Artist* 52
2.39 Hasil Tata Rias Anpasuha 52
2.40 Rama Jee *Make up Artist* 53
2.41 Hasil Tata Rama Jee 53
2.42 Petty Kaligis *Make up Artist* 54
2.43 Hasil Tata Rias Petty Kaligis 54
2.44 Yunita *Make up Artist* 55
2.45 Hasil Tata Rias Yunita *Make up* 55
2.46 Marlene Hariman *Make up Artist* dan Suami 56
2.47 Hasil Tata Rias Marlene Hariman 56
2.48 Andreass *Make up Artist* 57
2.49 Hasil Tata Rias Andreass *Make up* 57
2.50 Sigit Prameshwari *Make up Artist* 58
2.51 Hasil Tata Rias Sigit Prameshwari 58
2.52 Hadi *Make up Artist* 59
2.53 Hasil Tata Rias Hadi n Co 59
2.54 Olga Agradia *Make up Artist* 60
2.55 Hasil Tata Rias OAD *Make up* 60
2.56 Lizzebeth *Make up Artist* 61
2.57 Hasil Tata Rias Lizzebeth MUA 61
2.58 AWR *Make up Artist* 62
2.59 Hasil Tata Rias AWR *Make up* 62

4.1 Hasil Tata Rias *Make up Artist* Wanita 80
4.2 Kepuasan Pelanggan Terhadap Hasil Tata Rias 82
4.3 Hasil Tata Rias 83
4.4 Kepuasan *Make up Artist* Terhadap Hasil Tata Rias..... 84
4.5 Grafik Normal PP-Plot 86
4.6 Uji Scatter Plot 87

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kecantikan merupakan sebuah anugerah yang diharapkan bagi semua orang di dunia. Setiap orang di dunia pasti ingin dikatakan mempunyai paras yang cantik namun permasalahannya ialah tidak semua orang mempunyai kulit yang halus, putih dan tubuh yang proporsional.Tidak dapat dipungkiri kecantikan berpenampilan ini adalah hal yang pertama kali dipandang oleh mata orang lain sebelum mereka melihat *inner beauty*/psikis. Pada intinya mata akan tertuju pada penampilan, sebelum mengetahui kepribadian. Keinginan wanitadanpria untuk mempercantik diri melalui rias sangat tinggi namun tidak semua orang dapat merias dirinya sendiri dengan baik dan sempurna.

Semakin tingginya minatdan kebutuhan wanita akan kecantikanbertambah, khususnya dalam hal tatarias. Hal ini mengakibatkan semakin berkembang pula industri tata rias di Indonesia. Perkembangan ini menjadi daya tarik tersendiri bagi sebagian masyarakat yang melihat ini sebagai peluang bisnis sebagai *make up artist*. *Make up artist* merupakan salah satu profesi yang berkecimpung dalam seni tata rias. Kebutuhan yang tinggi akan *make up artist* dijadikan peluang bisnis untuk semua kalangan masyarakat, pria maupun wanita. Karena pada jaman sekarang ini *make up artist* pria dan *make up artist* wanita sudah dapat disamakan.

Make up artist yang ingin bertahan pada pekerjaan harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya, disamping hasil tatarias, pelayanan jasa yang bermutu baik, harga yang lebih terjangkau dan kosmetik yang

lebih menarik serta kenyamanan pelanggan dengan seorang *make up artist* di bandingkan dengan penyedia jasa tata rias lain sangatlah diperlukan. Hal tersebut dilakukan dalam upaya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dengan banyaknya *make up artist* pria maupun wanita di Kota Semarang, membuat konsumen merasa bingung untuk menggunakan jasa seorang *make up artist*. Kebanyakan dari konsumen mengukur kualitas seorang *make up artist* dari *photofolio* hasil *make up* atau ungkapan kepuasan para pelanggan lain. Karena kepuasan pelanggan merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan pemberi jasa, sehingga kepuasan pelanggan hanya dapat dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah dialami saat proses pemberian pelayanan.

Kotler (2003) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang maupun kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan – harapannya. Apabila kinerja lebih kecil dari harapan konsumen akan merasa tidak puas. Apabila kinerjasama dengan harapan konsumen akan merasa puas. Apabila kinerja melebihi harapan konsumen akan merasa sangat puas. Ketika konsumen merasakan ketidakpuasan, konsumen akan enggan untuk menggunakan lagi jasa *make up artist* lain yang mereka anggapakan menawarkan tingkat kepuasan yang dirasakan rendah, makaa kan mempengaruh ini atau untuk berpindah.

Kepuasan pelanggan dibidang jasa tata rias *make up artist* menjadi keharusan agar seorang *make up artist* tetap sukses. Keunggulan suatu jasa tergantung pada keunikan serta kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Salah satu cara untuk mengetahui kualitas

suatu jasa tata rias satu dengan yang lain adalah dengan mengetahui kepuasan pelanggan antara *make up artist* pria dan wanita. Dengan data yang diperoleh di Kota Semarang terdapat 16 Kecamatan yang terdiridari 177 Kelurahandanmeilikikuranglebih 514 salon dengan 417 *make up artist* yang terdiridari 50 *make up artist pria*dan 367 *make up artist*wanita.Berdasarkan penjelasan diatas maka judul yang akan diangkat pada penelitian ini adalah "Kepuasan Pelanggan Terhadap Hasil Tata Rias *Make up Artist* Pria dan *Make up Artist* Wanita di Kota Semarang".

1.2 IdentifikasiMasalah

Identifikasidaripenelitianiniadalahbelumdiketahuikepuasanpelangganterhadaphasiltata rias*make up artist*priadan*make up artist*wanita di Kota Semarang.

1.3 PembatasanMasalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah kepuasan pelanggan terhadap hasil *make up artist* pria dan *make up artist* wanita di Kota Semarang.

1.4 RumusanMasalah

Berdasarkan permasalahan di atas maka yang perlu dibahas pada penelitian dengan judul "Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias *make up artist* pria dan *make up artist* wanita di Kota Semarang ?"

1.5 TujuanPenelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias *make up artist* pria dan *make up artist* wanita di Kota Semarang ?

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaatpenelitian dengan judul "Kepuasan Pelanggan Terhadap Hasil Tata Rias *Make up Artist* Pria dengan *Make up Artist* Wanita " mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Menambah pengetahuan dan membuka wawasan bagi mahasiswa jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Pendidikan Tata Kecantikan tentang *make up artist* pria dan *make up artist* wanita.
2. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias di Kota Semarang.
3. Mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan terhadap hasil tatarias *make up artist* pria dan *make up artist* wanita.
4. Memberikan informasi kepada pembaca tentang *make up artist* di Kota Semarang yang berkualitas dan di sukaimasyarakat.

1.7 Penegasan Istilah

1. Tata Rias (*Make up*)

Tata rias wajah adalah salah satu ilmu yang mempekajari tentang seni kecantikan diri sendiri atau orang lain dengan menggunakan kosmetik dengan menutupi atau pun menyamarkan bagian-bagian yang kurang sempurna pada wajah maupun bagian-bagian wajah. (http://Umiazzurasantika.blogspot.com/diunduh 9/3/2015)

Merias wajah adalah mempercantik diri sehingga membangkitkan rasa percaya diri, seni merias merupakan kombinasi dari dua unsur.Pertama, untuk mempercantik wajah dengan menonjolkan bagian-bagian dari wajah yang sudah

indah. Dan yang kedua adalah menyamarkan atau menutupi kekurangan yang ditemukan pada wajah (MarthaTilaar, 2012:9)

2. *Make Up Artist* (PenataRias)

Make up artist yaitu seseorang yang biasanya memoles wajah agar tampak lebih cantik, megoreksi wajah, dengan menonjolkan kelebihan dan menutupi kekurangan misalnya mengoreksi tulang pipi yang kurang menonjol melalui teknik *shading, tin, dan highlight,* serta *make up artist* memahami dan menerapkan prinsip *higienis* terhadap kosmetik yang dipakai dan perangkat (Gagas Ulung, 2010:11).

3. Kepuasan pelanggan

Menurut Kohler, seperti yang dikutip Rangkuti (2002: 23) "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbadingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.

Definisipelanggan (*customer)*berasaldari kata custom, yang didefinisikan sebagai "membuat sesuatu menjadi kebiasaan atau biasa dan mempraktikan kebiasaan" jadi pelanggan adalah seseorang yang menjadi terbiasa untuk membeli yang terbentuk melalui perubahan dan interaksi yang sering selama periode waktu tertentu (griffin, 2005:31)

Kepuasan pelanggan menurut Kohler (2001:27), "tingkat perasaan emosional yang menjabarkan perbandingan kinerja atau hasil yang dirasakan selama memakai produk dibandingkan dengan segi harapannya.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Pada penelitian ini kepuasan pelanggan yang dinilai meliputi kualitas *make up*, harga, kualitasjasa, emotional faktor, dankemudahan (Hendi Irawan (2002:02)

4. Kota Semarang

Kota Semarang adalah ibu kota Provinsi Jawa Tengah, sekaligus kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia. Dengan jumlah penduduk1.268.292, Kota Semarang dengan luas wilayah 373,70 Km2. Secara administratif Kota Semarang terbagimenjadi 16 Kecamatandan 177 Kelurahan (http://semarangkota.go.id/gambaranumumkondisidaerah Kota Semarang. Diakses 28/01/2016)

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB 2
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi berlangsungnya sebuah jasa akan berlangsung lama, sebelum membahas tentang kepuasan pelanggan akan dijelaskan terlebih dahulu tentang jasa, jasa yang dimaksud disini adalah jasa tata rias yang di tawarkan oleh *make up artist* di kota Semarang.

Christoper Lovelock & Lauren K Wright (2007 :39) mengungkapkan dua pengertian jasa, diantaranya adalah :

1. Jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor faktor produksi.
2. Jasa adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu. Sebagai hasil dari tindakan yang mewujudkan perubahan yang di inginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut. Manfaat yang dimaksud adalah keuntungan atau laba yang diperoleh pelanggan dari kinerja jasa atau penggunaan barang fisik.

Kotler (2000:67) ada 4 karateristik pokok jasa yang membedakan dengan barang yaitu :

1. Tidak berwujud (*intanginility*)
   Jasa memiliki sifat *intangible* artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, ataupun dicium sebelum dibeli.Sesorang tidak dapat menilai hasal dari jasa sebelum membeli jasa tersebut terlebih dahulu.
2. Tidak terpisahkan (*inseparability*)
   Umumnya jasa dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secarabersamaan dimana penyedia jasa juga merupakan bagian dari jasa tersebut, baik penyedia maupun pelanggan akan mempengaruhi hasil jasa tersebut.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

3. Bervariasi (*variability*)
   Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized output* yang berarti bahwa terdiri dari banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung kepada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
4. Mudah lenyap (*persihability*)
   Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan jika permintaan jasa bersifat konstan sehingga bila tidak digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

Umumnya permintaan jasa bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman. Menurut Umar (2003:26) mengemukakan bahwa lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa, yaitu :

1. *Reliability* yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai janji yang ditawarkan.
2. *Responsiveness* yaitu respon atau kesigapan karyawan atau staf dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
3. *Assurance* yaitu meliputi kemampuan karyawanatas pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang di tawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
4. *Emphaty* yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi kepada konsumen dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.
5. *Tangibles* yaitu meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parker, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, komunikasi dan penampilan karyawan.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasanpelangganadalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensiini. Kepuasan pelanggan selain itu dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa juga ditentukan oleh kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi.

Menurut Kotler (2000:41) produk dan jasa dapat ditawarkan kepada pasar dengan berbagai klasifikasi sebagai berikut :

1. Produk berwujud murni
   Penawaran yang hanya terdiri dari produk fisik, misalnya : sabun mandi, pasta gigi atau sabun cuci tanpa adanya jasa atau pelayanan lainnya yang menyertai produk tersebut.
2. Produk berwujud disertai layanan
   Penawaran yang terdiridari suatu produk fisik yang disertai dengan satu atau beberapa layanan untuk meningkatkan daya tarik pelanggannya dimana penjualannya tergantung kepada kualitas produk tersebut dan tersedianya pelayanan pelanggan, seperti : tersedianya ruang pamer, perbaikan, dan pemeliharaan, operator dan sebagainya.
3. Campuran
   Tawaran ini memeberikan barang dan jasa dengan proporsi yang sama, misalnya pelanggan dapat menikmati makanan dan pelayanan yang ditawarkan secara bersamaan di restoran.
4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan
   Tawaran yang terdiri dari jasa utama yang disertai jasa tambahan dan barang pendukung lainnya.Misal bila pelanggan ingin naik pesawat terbang. Hal ini berarti pelanggan telah membeli jasa transportasi dan pelanggan dapat menikmati pelayanan yang ditawarkan seperti : makanan, minuman, majalah penerbangan selama perjalanan. Pelanggan harus naik pesawat terbang terlebih dahulu untuk menikmati produk yang ditawarkan selama perjalanan.
5. Jasa murni
   Tawaran yang diberiakan hanya berupa jasa, misalnya : menjaga bayi, memijat, psikoterapi, dan sebagainya.

Menurut Supranto (2001:28) kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.Aplikasi kualitas sebagai sifat dan penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik strategi untuk terus tumbuh.Keunggualan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Menurut Kotler, seperti yang dikutip Rangkuti (2002: 23) “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbadingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan. Kepuasan yang

dimaksud disini adalah kepuasaan pelanggan terhadap jasa tata rias yang dilakukan oleh *make up artist*.

Definisi pelanggan *(customer)* berasal dari kata custom, yang didefinisikan sebagai "membuat sesuatu menjadi kebiasaan atau biasa dan mempraktikan kebiasaan" jadi pelanggan adalah seseorang yang menjadi terbiasa untuk membeli yang terbentuk melalui perubahan dan interaksi yang sering selama periodewaktu tertentu (griffin, 2005:31)

Mainedkk (dalam Nasition, 2004:101) memberikanbeberapa definisi tentang pelanggan yaitu:

1. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantungpada penjual, tetapi penjual yangtergantung pelanggan.
2. Pelanggan adalah orang yang membawa penjual kepada apa keinginan pelanggan.
3. Tidak ada seorangpun penjual yang pernah menangberadu argumentasi dengan pelanggan.
4. Pelanggan adalah orang yang teramat pentingyang tidak harus dihapuskan

Kepuasan pelanggan menurut Kohler, "tingkat perasaan emosional yang menjabarkan perbandingan kinerja atau hasil yang dirasakan selama memakai produk dibandingkan dengan segi harapannya.

Menurut Zeithaml dan bitner (2000:75) definisi kepuasan pelanggan adalah repon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan.Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa atau produk itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhann kebutuhan konsumsi konsumen.

Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan dan nilai

1. Kualitas

   Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen pada akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan mereka.

2. Pelayanan konsumen

   Pelayanan konsumen tidak hanya sekedar menjawab pertanyaan dan keluhan konsumen mengenai suatu produk atau jasa yang tidak memuaskan mereka, namun lebih dari pemecahan yang timbul setelah pembelian.

3. Menurut Kotler (2000:34) definisi nilai pelanggan

   Nilai yang dirasakan pelanggan adalah selisih antara jumlah nilai pelanggan dengan jumlah biaya pelanggan, jumlah nilai pelanggan adalah sekelompok manfaat yang diharapkan dari produk jasa.Jumlah biaya pelanggan adalah sekelompok biaya yang digunakan dalam menilai, mendapatkan, menggunakan, dan membuang produk atau jasa.

Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspetasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi. Menurut Zeithaml (2000:81) terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspetasi pelanggan yaitu sebagai berikut :

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1. Apa yang di dengar pelanggan dari pelanggan lainnya (*word of mounth communication*). Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan. Sebagai contoh seorang pelanggan memiliki perusahaan yang di harapkan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi berdasarkan rekomendasi teman-teman atau tetangganya.
2. Ekpektasi pelanggan sangat bergantung dari karakteristik individu dimana kebutuhan pribadi (personnel needs)
3. Pengalaman masa lalu (past experience) dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspektasi pelanggan.
4. Komunikasi dengan pihak eksternal (external communication) dari pemberi layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk ekpektasi pelanggan. Berdasarkan externalcommunication perusahaan member layanan dapat memberikan pesan-pesan secara langsung maupun tidak langsung kepada pelanggannya. Sebagai contoh dari pengaruh adanya external communication adalah harga dimana biaya pelayanan sangat berperan penting dalam membentuk ekspektasi pelanggan.

Demikian kemungkinan antara ekpektasi pelanggan dan kualitas pelayanan jasa yang diterimanya adalah

1. Pelanggan menjadi senang jika kualitas pelayanan yang diterima lebih baik dari perkiraannya.
2. Pelanggan menjadi biasa saja jika kualitas pelayanan yang diterima sama dengan perkiraannya.
3. Pelanggan menjadi kecewa jika kualitas pelayanan yang di terima lebih jelek dari perkiraannya.

Kepuasan pelanggan menurut Guitinan yaitu *"A buyer's degree of satisfaction with product is the consequence of satisfaction with product is the consequence of the comparison a buyer makes between after consuming or using a product and the levelof the benefits expected prior purchase"* artinya bahwa kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang

dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan menurut Guitanan perusahaan harus mampu menawarkan kualitas dari suatu produk dan pelayanannya.

10 prinsip kepuasan pelanggan menurut Hendi Irawan (2002:02), pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas, akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Ini akan mejadi refrensi bagi perusahaan bersangkutan.

Jika konsumen merasa puas, mereka akan cenderung terus membeli dan menggunakan produk atau jasa, serta memberi tahu orang lain tentang pengalaman yang menyenangkan dengan produk tersebut.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan selama ia menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan meimbulkan persepsi berupa kualitas pelayanan yang buruk untuk tahap pelayanan selanjutnya. Sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan secara keseluruhan (Irawan, 2002: 35)

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Menurut Handi Irawan (2002:37-39), faktor – faktor pendorong kepuasan pelanggan terbagi atas lima yaitu :

1. Kualitas produk :
   Pelanggan merasa puas kalau setelah membeli dan meggunakan produk ternyata kualitas produk tersebut baik. Sebagai contoh, pelanggan akan merasa puas terhadap televisi yang dibeli apabila menghasilkan gambar dan suara yag baik, awet, atau tidak cepat rusak, memiliki banyak fasilitas, tidak ada gangguan dan desain yang menarik.
2. Harga :

Untuk pelanggan yang *sensitive*, biasanya harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena akan mendapatkan nilai uang yang tinggi, komponen harga relativetidak penting bagi yang tidak *sensitive* terhadap harga.

Bagi yang tidak peduli harga, lebih menyukai harga sedikit mahal namun kualitasnya baik daripada harga yang murah tetapi kualitasnya tidak sesuai dengan keinginannya. Jadi persaingan dalam harga akan mendapatkan perhatian pelanggan sepanjang kualitas barang adalah sama.

Kualitas produk dan harga seringkali tidak mampu menciptakan keunggulan bersaing dalam hal kepuasan konsumen. Ketika aspek ini *relative* mudah ditiru dengan teknologi yang hamper standar, setiap perusahaan biasanya mempunyai kemampuan untuk menciptakan kualitas produk yang hamper sama dengan para pesaing. Oleh karena itu banyak perusahaan yang lebih mengandalkan aspek ketiga yaitu *service quality*.

3. Kualitas jasa :

   Untuk memuaskan pelanggan, suatu perusahaan hendaknya terlebih dahulu harus dapat memuaskan karyawan agar produk yang dihasilkan tidak rusak kualitasnya dan pelayanan kepada pelanggan dapat diberikan lebih baik lagi, jika karyawannya merasa puas akan lebih mudah bagi penjual untuk menerapkan kepada pelanggan bagaimana rasa puas itu.

4. Emotional Faktor :

   Faktor ini *relative* penting karena kepuasan pelanggan timbul pada saat ia menggunakan produk tertentu, hal ini disebabkan karena merek produk tersebut sudah tercipta dengan baik dari segi kualitasnya, harga yang tidak murah karena harga mahal identik dengan kualitas produk yang tinggi dan sebaliknya, serta pelayanan yang diberikan.

5. Kemudahan :

   Pelanggan akan semakin puas apabila tempat mudah dicapai dan juga nyaman. Denga mengetahui lima faktor ini tentulah tidak cukup bagi perusahaan untuk merancang strategi dan program peningkatan kepuasan pelanggan.

   Kontribusi faktor ini juga dapat berubah dari waktu ke waktu untuk suatu industry.Besarnya bobot relative mudah diketahui dengan melakukan survei.

   Dalam *survey*, konsumen dapat ditayakan secara langsung menegnai kepuasan mereka dan tingkat kepentingan dari masing - ,masing faktor tersebut dalam mempengaruhi kepuasan mereka setelah menggunakan produk atau jasa.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan selama menggunakan beberapa pelayanan

tersebut.Kepuasan yang di maksud dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias.

2.2 Tata Rias (*Make Up*)

Tata rias telah digunakan lebih dari 5.000 tahun yang lalu dengan berbagai alasan yang berbeda-beda, baik untuk menunjukan status sosial, jenis kelamin atau sekedar membuat pemakainya terlihat menarik. Perkembangan tata rias berjalan menjadi begitu cepat. Hal ini didasari akan pentingnya tata rias itu sendiri. (NurmaRatna Sari, 2010:10)

Merias wajah adalah mempercantik diri sehingga membangkitkan rasa percaya diri, seni merias merupakan kombinasi dari dua unsur.Pertama, untuk mempercantik wajah dengan menonjolkan bagian-bagian dari wajah yang sudah indah. Dan yang kedua adalah menyamarkan atau menutupi kekurangan yang ditemukan pada wajah (Martha Tilaar, 2012:9).

Tujuan merias wajah adalah untuk lebih mempercantik wajah seseorang berhubung tidak ada suatu pola tertentu yang dapat digunakan untuk merias wajah, maka tindakan yang utama ialah menonjolkan bagian wajah yang bagus dan menyembunyikan bagian-bagian yang kurang indah dengan ketrampilan pengolesan kosmetik. Seperti yang ditulis Anita E.F.EKEL (1981:147) Tata Rias wajah yang tepat (*corrective make up*) bertujuan untuk mempercantik wajah, memperbaiki dan menyempurnakan bentuk wajah dengan menampilkan bagian-bagian yang cantik dan menyamarkan bagian-bagian yang kurang cantik dengan bantuan alat, kosmetik, dan *make up*.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Berikut adalah pedoman dasar untuk tata rias wajah yang tepatmenurut Anita E.F.EKEL (1981:148)

1. Kosmetik Terpilih
   Pilihan kosmetik yang baik mutunya untuk mempercantik wajah anda.
2. Pembersihan Kulit Wajah
   Sebelum melakukan *make up*, kulit wajah harus selamanya dalam keadaan bersih. Bersihkan kulit muka menurut pembersihan dasar yang telah dijelaskan pada pelajaran perawatan wajah. Sebab hanya pada kulit muka yang bersih terdapat *make up* yang cantik mempesonakan, sesudah bersih dan diberi *face tonic*, baru boleh mulai mengerjakan *make up* yang tepat
3. Bentuk Wajah
   Ikatlah seluruh rambut dibelakang kepala. Telitilah bentuk muka, apakah oval (lonjong = bulat telur = normal), segitiga (buah pear), segitiga terbalik (berbentuk hati), empat persegi panjang, gosokan berlian (belah ketupat), bulat, wajah kurus, kecil, gemuk, dan lebar. Semua bentuk wajah ini diserasikan *make up*-nya dengan teknik *make up* yang tepat, sehingga kelihatan seperti oval, merupakan dasar dari bentuk-bentuk wajah yang lainnya.
4. Warna Kulit
   Hal ini penting untuk menentukan warna kosmetik yang akan dipergunakan, agar serasi dengan warna kulit. Apapun warna kulit nya, apakah putih, kuning langsat, sawo matang, ataupun hitam, pilihlah warna kosmetik yang sesuai dengan warna kulit.
5. Jenis Kulit
   Pengetahuan akan jenis kulit, juga dapat membantu memilih kosmetik yang tahan sepanjang hari dalam mencemerlangkan warna kulit muka. Misalnya pada jenis kulit kering, sebaiknya digunakan kosmetik yang mengandung krim (minyak) dan pada jenis kulit berminyak, dengan kosmetik yang tidak banyak mengandung lemak (minyak).
6. Usia (umur)
   Faktor umur juga diperhatikan dalam tatarias. Sesuaikan gaya tata rias dengan umur.
7. Waktu dan Suasana
   Sesuaikan tata rias mukadengan keadaan waktu, apakah disiang hari atau malam hari.Pakailah tata rias yang sederhana di siang hari.Sedangkan di malam hari, pakailah tatarias muka yang lebih semarak/tebal daripada siang hari.Juga apakah suasana tempat yang dikunjungi, apakah pesta suka untuk bersenang-senang memeriahkan suasana, ataukah pesta duka untuk turut berdukacita.Bila ke pesta duka, pakailah tatarias yang sedehana saja. Sedangkan bila ke pesta suka misalnya pernikahan dan lain lain, pakailah tata rias wajah yang semarak dan lengkap.
8. Cara Menata Rias Wajah (*Make up*)

a. Tata Rias dasar (*Basic make up*)
   1) Bersihkan muka dengan *milk cleansing* (susu pembersih)
   2) Segarkan kulit dengan face tonic atau astringent
   3) Pakailah pelembab (under make up), untuk melindungi kulit dari serapan racun kosmetik dan untuk membantu melembabkan lapisan luar kulit.
   4) Pulaskan foundation sebagai langkah pertama untuk melicinkan kulit atau untuk menutupi kelainan-kelainan kulit di muka.
b. Tata Rias Lokal *(Point Make up*), yang harus disesuaikan dengan bentuk muka.
   1) Mata : bayangan mata, garis mata, dan bulu mata (palsu)
   2) Alis mata
   3) Bibir
   4) Ros pipi
   5) Bayangan hidung
   6) Bayangan muka

Hasil tatarias lokal inilah yang dapat menentukan cantik atau kurang cantiknya muka sesudah di tata rias.

2.2.1 Tata Rias yang Tepat

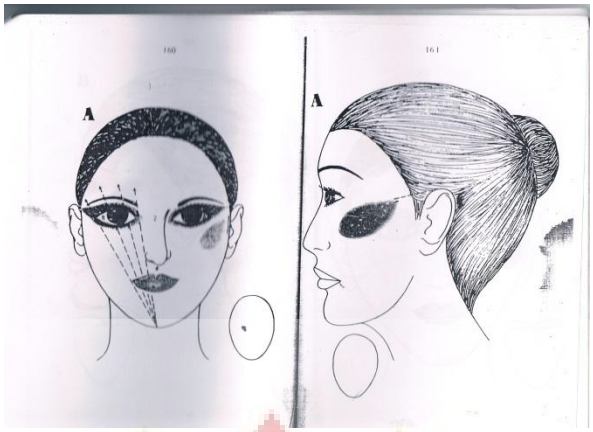
Berikut adalah tata rias yang tepat menurutAnita E.F.EKEL (1981:155-201) untuk mendapatkan tata rias yang benar-benar cantik dengan mengoreksi bagian wajah, mata dan alis.

2.2.1.1 Tata Rias yang Tepat untuk Wajah

Untuk mendapatkan tata rias yang benar – benar cantik, perlu mengetahui bentuk wajah. Wajah memiliki bermacam – macam bentuk wajah yaitu normal (oval), segitiga terbalik (bentuk hati), segitiga (buah pear), empat persegi panjang, jajar genjang (gosokan berlian), panjang, bulat, lebar (besar) dan sempit atau kecil. Berikut ada tat arias yang tepat sesuai dengan bentuk wajah.

1. Normal (normal face)

   Wajah berbentuk oval (lonjong = bulat telur). Bentuknya ideal, bagus seperti bulat telur, dimana perbandingan panjang dan lebarnya serasi.



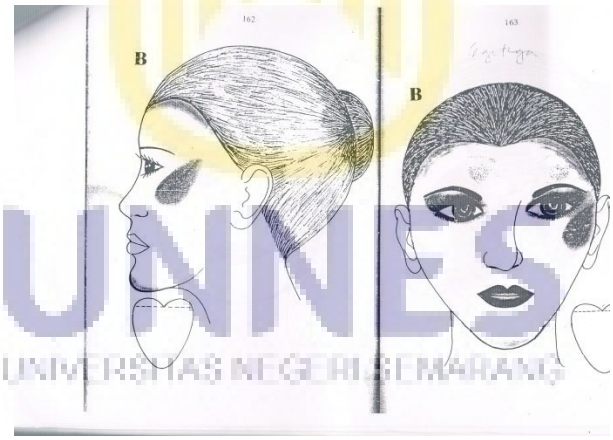
Gambar 2.1 : Bentuk wajah oval

Tata rias tepat :

Ros pipi dilukis diatas tulang pipi dengan panjangnya yang mengarah ke ujung telinga.

2. Segitiga terbalik (bentuk hati/heart shape)

   Bentuk dahinya lebar, dagu sempit atau tajam



Gambar 2.2 : Bentuk wajah segitga terbalik

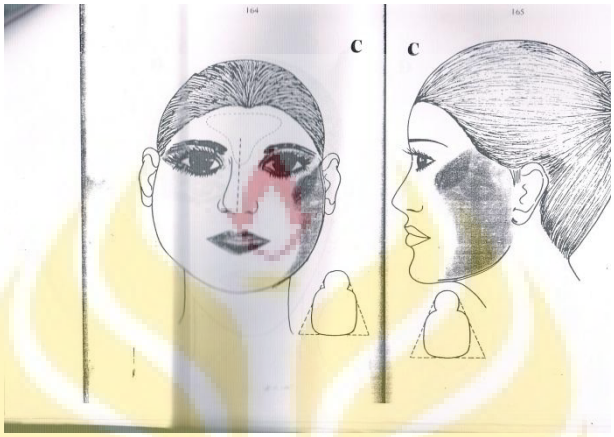
Tata rias tepat :

Berilah bayangan pada dahi dan dagu untuk mengurangi lebarnya dahi dan tajamnya dagu. Pada bentuk wajah yang agak pendek (kecil), berilah ros pipi yang agak tegak lurus mengarah ke pelipis, untuk memberikan kesan lebih memanjangkan bentuk wajah ini, bentuk alis dibuat melengkung

tajam, makin ke ujung makin menipis. Demikian dengan bentuk bayangan mata, agar dilukis melengkung tajam mengikuti bentuk alis.

3. Segitiga (buah *pear/pear shape*)

   Dahi sempit, pipi (rahang) lebar.



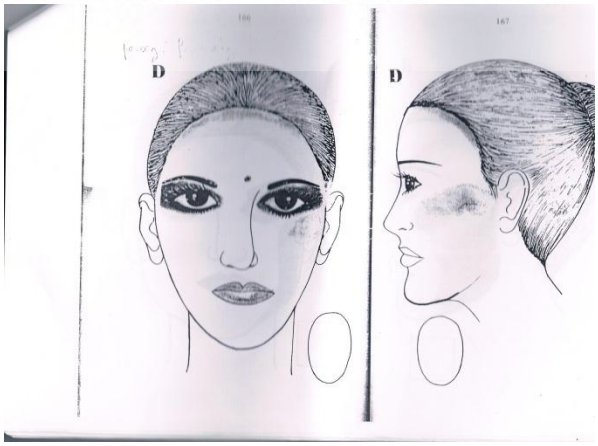
Gambar 2.3 : Bentuk wajah segitiga

Tata rias tepat :

Menggambar ros pipi agak tegak ke atas, agar memberikan kesan yang lebih memanjangkan bentuk wajah, buatlah bayangan pipi mengurangi kelebarannya, mengarah ke bentuk yang normal. Bayangan mata dan bentuk alis agak mendatar.

4. Empat persegi panjang (*square face*)

   Panjang dan lebarnya muka kurang lebih sama.



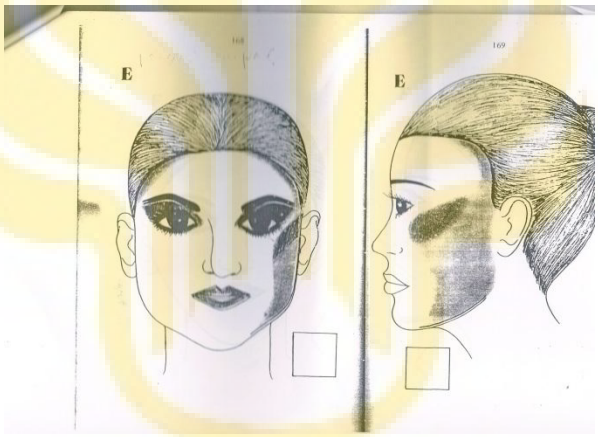
Gambar 2.4 : Bentuk wajah empat persegi panjang

Tata rias tepat :

Lukislah bayangan pipi dan dahi agar mengarah ke bentuknya yang normal.Gambarkan ros pipi yang mengarah agak lurus ke atas untuk memperpanjang bentuk wajah, sehingga mengarah ke bentuk normal. Bentuk alis dan bayangan dibuat melengkung.

5. Jajaran genjang (diamond/gosokan berlian/belah ketupat)

Bentuk dahi dan dagu sempit tajam serta pipi lebar seperti bentuk gosokan berlian, belah ketupat atau jajaran genjang.



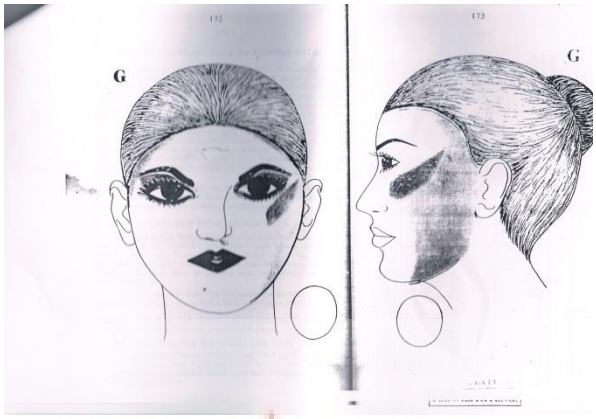
Gambar 2.5 : Bentuk wajah jajaran genjang

Tata rias tepat :

Samarkan ketajaman dahi dan dagu dengan sedikit lukisan bayangan untuk mengurangi ketajamannya.Pipi juga diberikan bayangan.Bila wajah agak pendek, beri ros pipi agak tegakmengarah ke pelipis, agar dapat memberikan kesan yang lebih memanjangkan.Tetapi bila wajah agak besar dan panjang, beri ros pipi yang mengarah ke kuping.

6. Bulat *(*roundface*)*

Bentuk bulat hamper seperti bulan purnama.



Gambar 2.6 : Bentuk wajah bulat

Tata rias tepat :

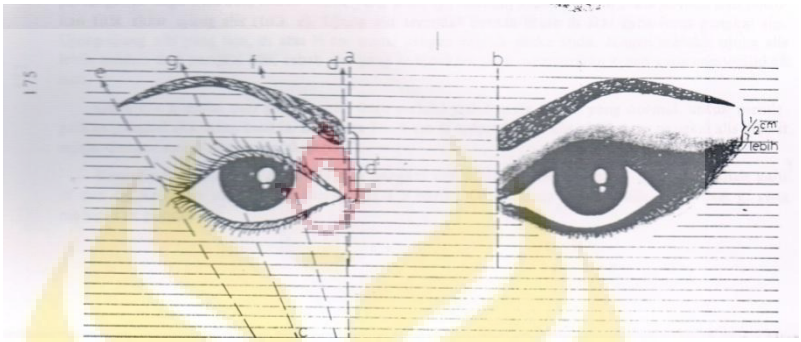
Disamping pipi dan dahi diberi bayangan gelap, agar wajah terlihat lebih memanjang bentuknya, sehingga mengarah kebentuk wajah yang normal atau oval. Ros pipi dilukis tegak kearah pelipis, dengan warna yang makin ke atas makin lembut atau samar – samar. Bentuk alis mata dan bayangan mata di buat melengkung tajam, yang sesuai dengan bentuk wajah, agar mengarah ke bentuk normal.

2.2.1.2 Tata Rias yang Tepat untuk Mata dan Alis

Mata adalah cermin jiwa yang dapat menyatakan dengan jelas segala perasaan kalbu, emosi positif dan negative dalam melakukan kegiatan hidup kita sehari – hari.Demikian dengan bentuk kelopak mata yang cembung atau cekung, agar dilakukan tata rias tepat.Bayangan mata dan garis matanya dilukis sampai ke bnetuk yang normal sesuai dengan bentuk wajah. Begitu pula dengan alis, alis merupakan bentuk garis alis yang dapat menentukan cantik atau tidaknya tata rias. Berikut adalah tatarias tepat pada bermacam – macam bentuk mata, kelopak mata, dan alis mata.

1. Mata dan alis normal

   Merupakan bentuk idaman yang tidak perlu diubah lagi. Dengan mudah dapat melakukan tat arias yang tepat menurut aslinya atau menurut model yang dikehendaki, sesuai dengan selera.

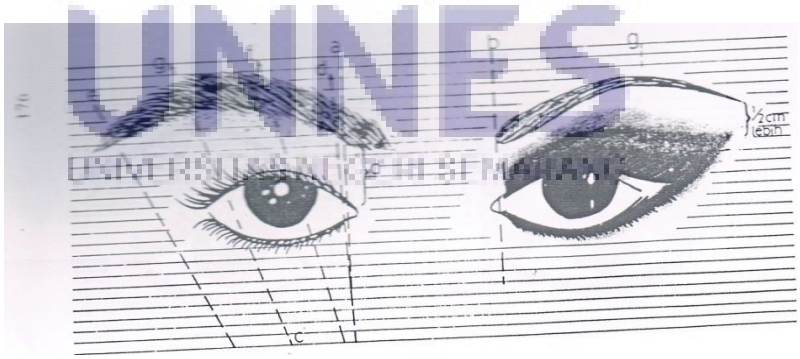


Gambar 2.7 : Bentuk mata dan alis normal

Bentuk normal :

- Jarak antara kedua mata, a – b = lebar mata
- Jarak antara kedua alis, a – b = lebar mata atau 3 cm untuk jarak terdekat, sedangkan jarak terjauh 4 cm

2. Mata dan alis mata berdekatan

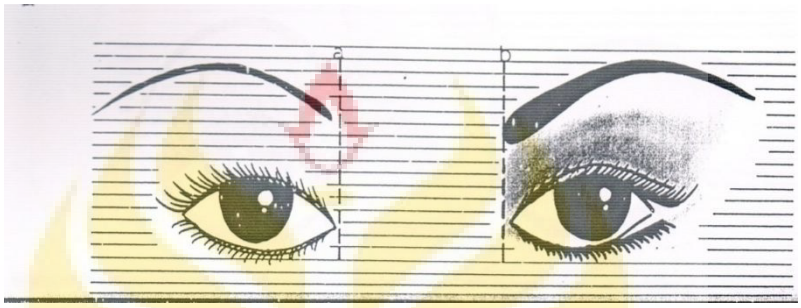


Gambar 2.8 : Bentuk mata dan alis berdekatan

Jarak mata dan alis mata lebih kecil dari bentuk yang normal, bahkan bentuk alis mata hamper bersambungan. Tata rias yang tepat yaitu bayangan mata digambar mulai dari batas jarak mata normal yaitu sebelum

sudut mata. Demikian pula dengan cara menggaris-garis mata dan memasang bulu mata palsu. Boleh melukis bayangan mata yang terdiri dari tiga atau empat lapisan warna, dengan susunan warna dari mata ke alis, makain keatas mendekati alis mata, makin terang.

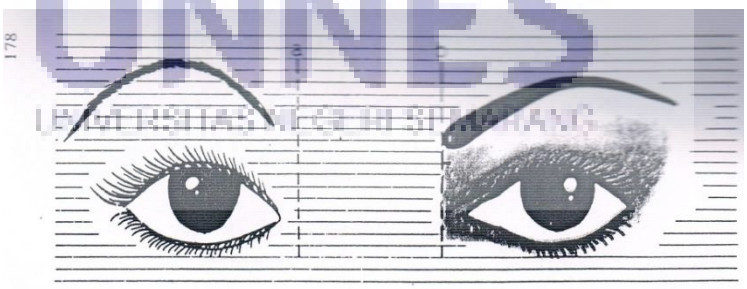
3. Mata sipit, kelopak cembung dan alis mata tipis



Gambar 2.9 : Bentuk mata cembung dan alis tipis

Lukis bayangan mata melewati pangakal atau sudut mata sampai ke batas mata normal.Pasanglah garis mata dan bulu mata palsu dari pangkal mata mengarah kebentuk normal sesuai dengan bentuk wajah.Alis mata di bentuk agak maju sampai ke bentuk yang normal agar serasi dengn bentuk wajah.

4. Mata dan alis mata berjauhan serta melengkung tipis

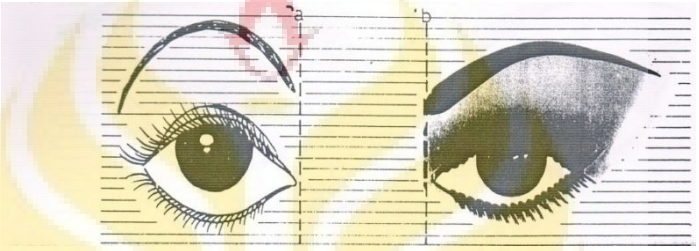


Gambar 2.10 : Bentuk mata dan alis berjauhan

Agar bentuk mata tampak normal, begitu pula dengan kelopak dan alis mata. Kelopak mata yang kecil karena bentuknya yang cembung atau tertutup diberi bayangan terang, kemudian lukis bayangan mata berwarna

coklat tua, biru tua, hijau tua, atau ungu.Sesudah itu bayangan kedua dengan warna yang gelap agar lebih menyamarkan kelopak yang cembung.Pada lapisan ketiga diberi warna yang lebih muda dari pada lapisan kedua. Pada lapisan keempat tepat dibawah alis agar dilukiskan bayangan terang untuk lebih menonjolkan bagian ini.

5. Mata dan kelopak kecil, alis tipis dan pendek



Gambar 2.11 : Bentuk mata kecil dan alis tipis

Alis disesuaikan bentuk wajah dan di bentuk kea rah yang normal.Pada lapisan diberi warna gelap untuk memperbesar mata.

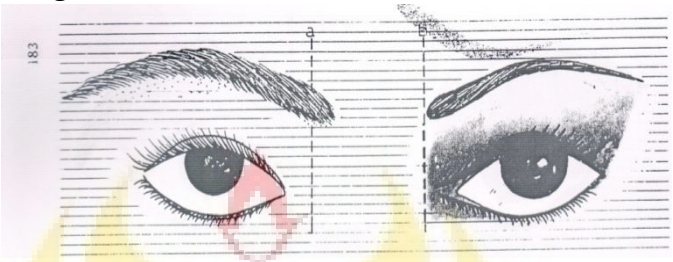
6. Mata cembung, kelopak mata cekung tebal dan bersusun serta alis mata melengkung tipis.

Gambar 2.12 : Bentuk mata cembung dan alis melengkung

Kelopak mata diberi bayangan gelap, coklat tua, biru tua, hijau tua, atau ungu.Melukis garis mata pada kelopak mata tepat disepanjang garis mata agak ke bagian dalam untuk mengurangi besar nya mata.Pilihlah bulu mata

yang panjang.Pasanglah tegak lurus menaungi mata.Begitu pula bulu mata bawah dipasang tegak lurus dengan garis mata.

7. Mata sipit dan kelopak mata cembung dan alis mata rendah serta sangat berdekatan dengan mata.



Gambar 2.13 : Bentuk mata sipit dan alis rendah

Kelopak mata diberi bayangan gelap, coklat tua, biru tua, hijau tua, atau ungu.Melukis garis mata pada kelopak mata tepat disepanjang garis mata agak ke bagian dalam untuk mengurangi besar nya mata.Pilihlah bulu mata yang panjang.Pasanglah tegak lurus menaungi mata.Begitu pula bulu mata bawah dipasang tegak lurus dengan garis mata.

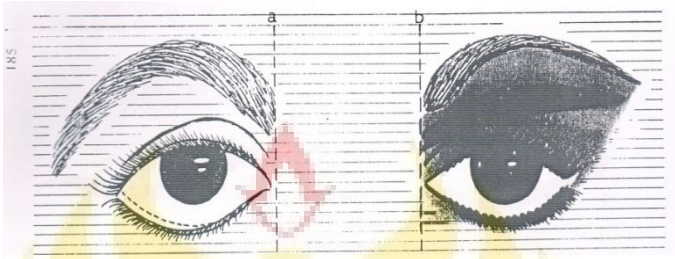
8. Mata berjauhan dan alis mata yang kepanjangan.

Gambar 2.14 : Bentuk mata berjauhan dan alis panjang

Agar bentuk mata tampak normal, begitu pula dengan kelopak dan alis mata. Kelopak mata yang kecil karena bentuknya yang cembung atau tertutup diberi bayangan terang, kemudian lukis bayangan mata berwarna coklat tua, biru tua, hijau tua, atau ungu.Sesudah itu bayangan kedua dengan warna yang gelap agar menyamarkan kelopak yang cembung.Pada

lapisan ketiga diberi warna yang lebih muda dari pada lapisan kedua. Lapisan keempat tepat dibawah alis agar dilukiskan bayangan terang untuk lebih menonjolkan bagian ini.

9. Mata besar dan agak turun serta alis mata melengkung.



Gambar 2.15 : Bentuk Mata Besar Turun dan alis melengkung

Kelopak mata diberi bayangan gelap, coklat tua, biru tua, hijau tua, atau ungu.Melukis garis mata pada kelopak mata tepat disepanjang garis mata agak ke bagian dalam untuk mengurangi besar nya mata.Pilihlah bulu mata yang panjang.Pasanglah tegak lurus menaungi mata.Begitu pula bulu mata bawah dipasang tegak lurus dengan garis mata.

10. Mata besar agak menggantung dan alis tebal melengkung.

Gambar 2.16 : Bentuk mata besar dan alis melengkung

Agar bentuk mata tampak normal, begitu pula dengan kelopak dan alis mata. Kelopak mata yang kecil karena bentuknya yang cembung atau tertutup diberi bayangan terang, kemudian lukis bayangan mata berwarna coklat tua, biru tua, hijau tua, atau ungu.Sesudah itu bayangan kedua

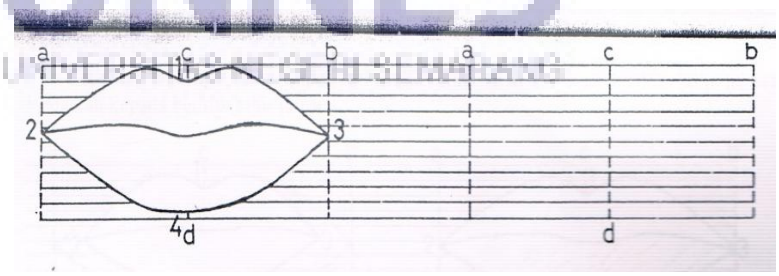
dengan warna yang gelap agar menyamarkan kelopak yang cembung.Pada lapisan ketiga diberi warna yang lebih muda dari pada lapisan kedua. Pada lapisan keempat tepat dibawah alis agar dilukiskan bayangan terang untuk lebih menonjolkan bagian ini.

2.2.1.3 Tata Rias yang Tepat pada Bibir

Tata rias pada bibir sangat diperlukan untuk dapat lebih menonjolkan kecantikan.Sebab tatarias bibir meupakan salah satu dari tatarias local yang dapat menentukan cantik atau tidaknya hasil tata rias keseluruhan wajah.Keahlian dalam mewarnai bibir sangat penting, karena tat arias bibir juga dapat mencerminkan watak.Peralatan dan jenis kosmetik yang dipergunakan untuk tata rias bibir yang tepat adalah pelembab, foundation, pensil bibir, kuas lipstick, lipstick, tissue, dan lip gloss. Berikut teknik tat arias tepat pada bermacam-macam bentuk bibir.

1. Bibir normal

   Bentuk bibir idaman, bagus dan sempurna.Serta mudah untuk di tatarias.Juga merupakan dasar yang di jadikan patokan dalam melakukan tatarias.

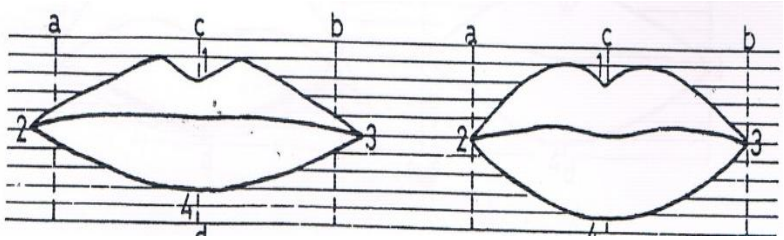


Gambar 2.17 : Bibir normal

a – b, garis batas bentuk bibir normal

c – d, garis tengah bibir

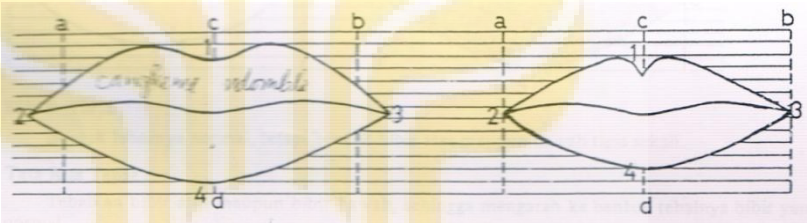
2. Bibir lebar dan tipis



Gambar 2.18 : Bibir Lebar dan Tipis

Kurangi kelebaran bibir sampai terbentuk lebarnya bibir normal.Serta tebalkan bibir atas dan bibir bawah, sehingga mengarah ke bentuk bibir normal.

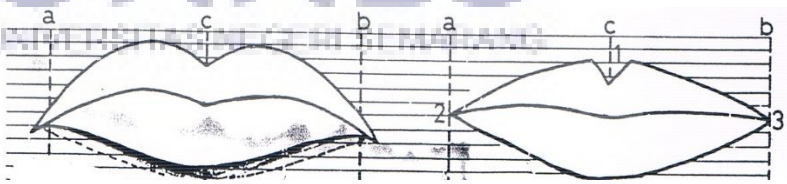
3. Bibir lebar dan tebal



Gambar 2.19 : Bibir lebar dan tebal

Kurangi ketebalan bibir atas dan bawah sampai mengarah ke bentuk bibir normal.Juga kurangi kelebaran bibir.

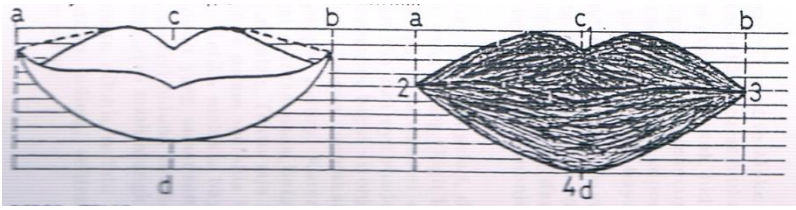
4. Bibir turun



Gambar 2.20 : Bibir turun

Lukis bibir bawah sampai di atas bibir yang turun, bentuklah bibir atas dan bawah sehingga mengarah ke bentuk bibir normal.

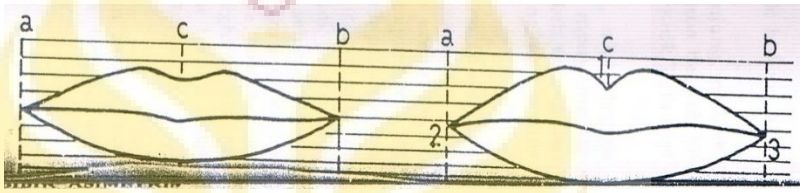
5. Bibir naik



Gambar 2.21 : Bibir naik

Lukiskan bibir atas sampai di batas sudut bibir yang menjurus naik.Baik tebal maupun lebarnya buatlah mengarah ke bentuk noramal.

6. Bibir tipis



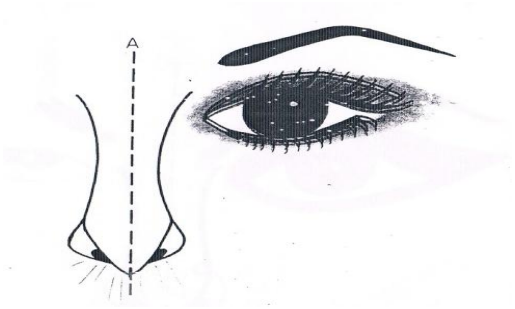
Gambar 2.22 : Bibir tipis

Tebalkan bibir atas bawah, sehingga mengarah ke bentuk tebalnya bibir yang normal.

2.2.1.4 Tata Rias yang Tepat untuk Bermacam-macam Bentuk Hidung

Bentuk hidung akan menyempurnakan tata rias. Dimana bentuk hidung yang kurang cantik ini dapat dipercantik dengan teknik tata rias yang tepat dengan melukiskan garis bayangan hidung.Yang dimaksud dengan garis bayangan hidung ialah dengan melukis warna yang lebih gelap dari warna kulit untuk menyamarkan bentuk hidung yang kurang cantik dan warna yang lebih terang dari warna kulit atau disebut high light untuk menonjolkan bentuk hidung.Berikut bermacam-macam bentuk hidung dan teknik tata riasnya.

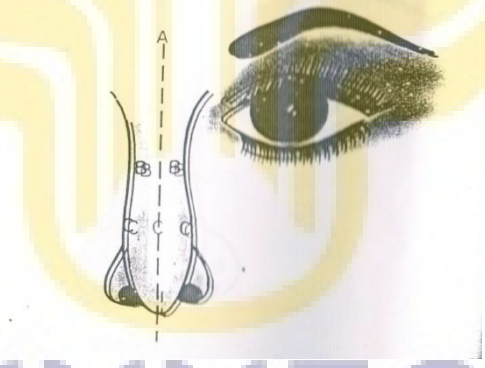
1. Hidung normal



Gambar 2.23 : Hidung normal

Bentuk hidung yang cantik dan sempurna, dimana panjang dan lebar hidung serasi dengan bentuk wajah.Pada bentuk hidung asli yang demikian ini tidak diperlukan lagi bayangan hidung.

2. Hidung panjang

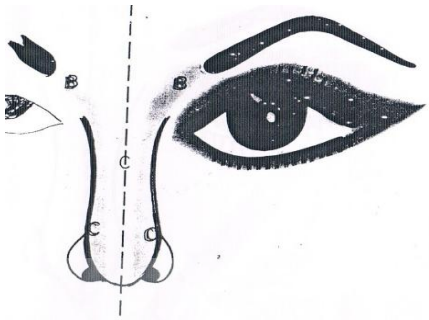


Gambar 2.24 : Hidung panjang

Buatlah bayangan gelap selebar 1 cm yang memanjang sejajar dengan sudut mata dalam sampai menutupi ujung hidung atau garis bayangan B, untuk mendekatkan ke panjang hidung yang normal.pada bagian tengah hidung berilah warna yang lebih terang atau *high light* untuk menonjolkan kemancungan hidungnya.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

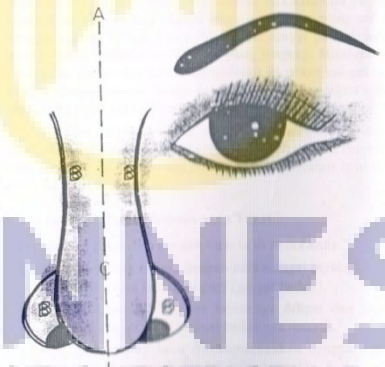
3. Hidung pendek



Gambar 2.25 : Hidung pendek

Buatlah garis bayangan gelap pada garis B yang memanjang dan bersambungan dengan alis sampai ke ujung hidung. Gunanya ialah untuk menambah kesan lebih memanjangkan bentuk hidung, yang mengarah ke panjangnya hidung normal.

4. Hidung lebar

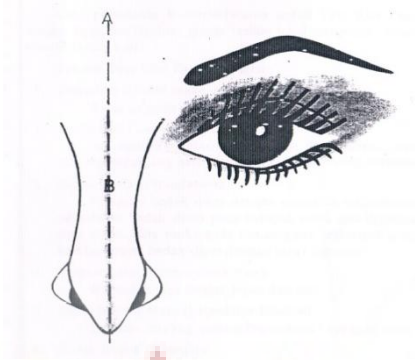


Gambar 2.26 : Hidung lebar

Buatlah garis bayangan gelap pada garis B dari atas sudut mata dalam sampai ke ujung hidung yang meliputi seluruh bentuk hidung, juga dengan kedua cuping hidungnya.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

5. Hidung runcing



Gambar 2.27 : Hidung runcing

Buatlah garis bayangan pada garis B sebesar 5 mm – 3 mm di atas garis pertengahan hidung untuk lebih merendahkan atau mengurangi tinggi hidung ini sampai mengarah ke bentuk tingginya hidung normal.

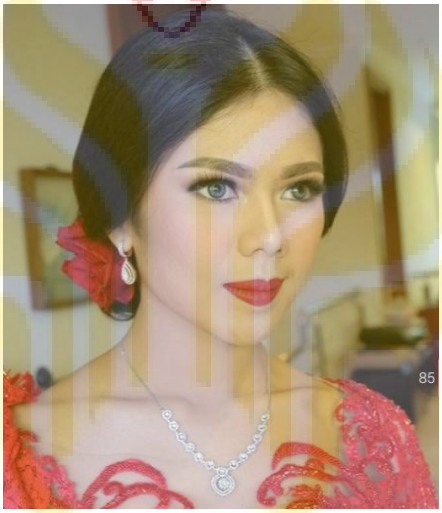
2.2.2 Macam – macam Tata Rias *(Make up)*

2.2.2.1Rias Wajah Pagi

Gambar 2.28 : Rias wajah pagi
Sumber : instagram Maharani Nila Make up

Jenis riasan yang dikanakan untuk beraktivitas sehari-hari. Alas bedak yang digunakan biasanya berbentuk cair (*liquid*), dan perona mata yang dipakai biasanya berwarna pastel. Hindari penggunaan perona mata yang mencolok agar riasan tak terkesan berat.

2.2.2.2 Rias Wajah Malam



Gambar 2.29 : Rias wajah malam
Sumber : instagram Maharani Nila Make up

Riasan yang dipakai untuk ke pesta. Alas bedak yang di pakai boleh sedikit lebih tebal dari riasan wajah pagi. Pilih yang berjenis *cream foundation*. Riasan juga boleh menggunakan *shimmering powder*.Untuk mempertegas sorot mata, bulu mata palsu dipakai bila diperlukan.

2.2.2.3 Rias Wajah Cikatri

Gambar 2.30 : Rias wajah cikatri
Sumber : instagram Bennu Make up

Merupakan rias wajah yang bertujuan untuk menutupi kekurangan pada wajah akibat cacat atau bawaan dari lahir contohnya bekas luka atau tanda lahir. Dengan menggunakan tatarias yang tepat maka kekuranga tersebut dapat tertutup dengan menggunaka kan *make up*. Agar rasa percaya diri bertambah.

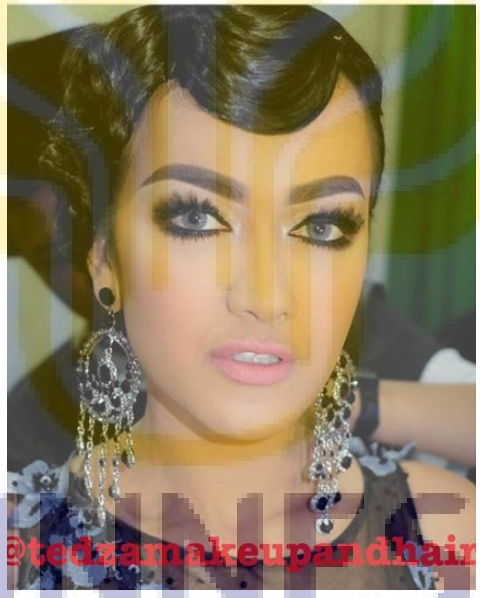
2.2.2.4 Rias Wajah Geriatri

Gambar 2.31 : Rias wajah geriatri
Sumber : instagram Anpasuha

Rias wajah untuk usia lanjut, yakni wanita yang telah berusia di atas 40 tahun. Di usia 40 tahun pada wajah sudah terlihat tand-tanda penuaan seperti,

rambut mulai beruban, kulit wajah dan kulit tubuh tampak kering. Kerutan halus Nampak lebih jelas, terdapat bercak kehitaman (*hiperpigmentasi*), karena proses penuaan, permukaan kulit mulai kusam dan sudah tidak kenyal lagi. Teknik rias wajah geriatric pada dasarnya, adalah penerapan secara menyeluruh dari teknik riasan yang bertujuan untuk memperbaiki bentuk wajah dan bagian-bagiannya secarasekaligus dengan tujuan menutupi kekurangan yang ada.

2.2.2.5 Rias Wajah Panggung



Gambar 2.32 : Rias wajah panggung
Sumber : instagram Tedza Make up and Hair

Riasan untuk pementasan di panggung (*stage make up*). Riasan initerdiri dari make up wajah panggung penari, *make up* peragaan busana (*fashion show*) *Make up* teater. Yang harus diperhatikan dalam rias wajah panggung adalah *lighting* atau tata lampu dan jauh dekatnya penonton dari panggung. Batasan dalam rias panggung, yaitu riasan harus tebal dan diimbangi dengan kontur yang

tebal tujuannya agar kontur riasan lekuk wajah jadi tampak menonjol sehingga wajah tidak terlihat datar dan kekuranga wajah dapat tertutup.kedua riasan harus mencolok dengan kontras warna. Garis-garis riasan harus tajam agar riasan panggung dapat terlihat dari jarak jauh.Menggunakan bulu mata palsu agar riasan terlihat mewahserta riasan sorot mata terlihat lebih tajam, besar dan indah.

2.2.2.6 Rias Wajah Fantasi (Body painting)

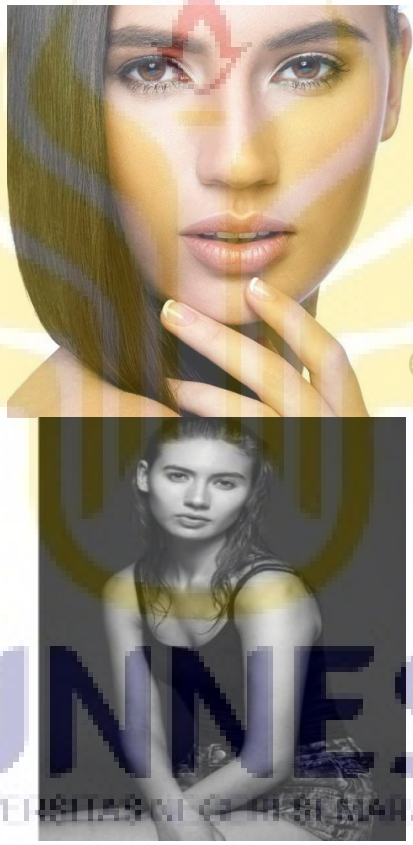
Gambar 2.33 : Rias wajah fantasi
Sumber : instagram Inivindy

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Merupakan betuk riasan kreatif yang merupakan khayalan atau angan-angan. Riasan ini biasanya selalu diimbangi dengan *body painting*. *Body painting* atau seni lukis tubuh adalah media seni lukisyang unik sekaligus sangat seksi karena menggunakan media manusia sebagai media lukisnya.*Body painting* sudah dikenal sejak jamanpurba dan mempunyai arti religi.Terdapat dua jenis bodypainting, yaitu *bodypainting* permanen dan tidak permanen.*Body*

*painting*yang permanen biasa dikenal dengan tatto.Sedangkan yang tidak permanen digunakan untuk pentas kesenian. Sebagai cara untuk menuagkan ideliar lukisan, biasanya *body painting* menjadi andalan untuk membuat sebuah acra pengalaman sandiwara treatrikal atau *fashion show* menjadi lebih semarak dan hidup.

2.2.2.7 Rias Wajahuntuk Foto

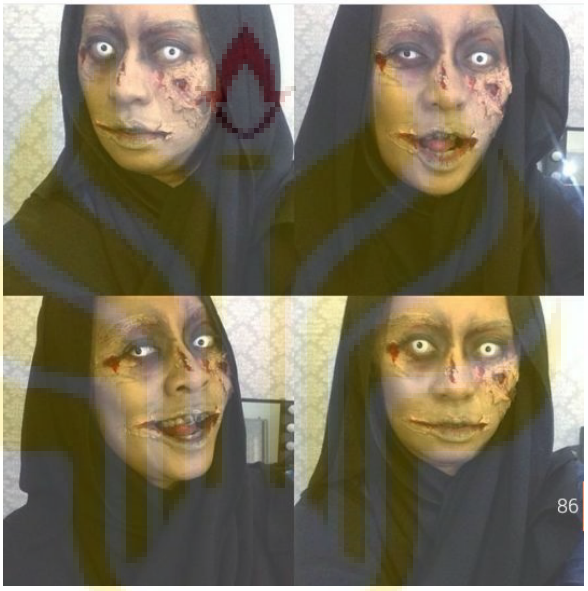


Gambar 2.34 : Rias wajah untuk foto
Sumber : instagram Adet Foto

Terdiri dari rias wajah hitam putih dan rias wajah foto berwarna. Pada dasarnya rias wajah foto hamper sama dengan rias wajah sehari-hari. Bedanya untuk rias wajah foto riasan harus ekstra rapid an halus. Dan sangatlah penting untuk membuat kontur, shading, tinting, dan koreksi wajah. Untuk rias wajah foto

hitam putih semua warna akan kelihatan warna abu-abu muda dan abu-abu tua. Jadi sebaiknya cukup memakai perona mata warna coklat saja. Sementara rias wajah foto berwarna boleh menggunakan semua warna perona mata sesuai dengan kebutuhan.

2.2.2.8 Rias Wajah Karakter



Gambar 2.35 : Rias wajah karakter
Sumber : instagram Inivindy

Character *Make up* atau /*Stage make up* adalah untuk menampilkan watak tertentu bagi seseorang aktor dan aktris di panggung. Rias wajah karakter dimaksudkan untuk membantu aktor menggambarkan suatu peran dengan membuat wajahnya/ mukanya menyerupai muka peranan watak yang akan dimainkan. Untuk mengungkapkan gambaran watak tersebut dapat dilakukan rias wajah yang menonjolkan secara realistis maupun non realistis.Rias wajah karakter ini dipergunakan untuk persiapan-persiapan bagi acara siaran TV, film, sandiwara, pentas mengikuti suatu pola umum dan biasanya perias mengadakan rapat naskah

(*script conference*) dengan produser atau sutradara sebelum atau sesudah membaca naskah. Contoh rias wajah karakter dapat dilihat pada Gambar Rias wajah karakter ini mempunyai ciri-ciri antara laingaris-garis rias wajah yang tajam,warna-warna yang dikenakan dipilih yang menyolok dan kontras,alas bedak yang digunakan lebih tebal.

2.3Make Up Artist (Penata Rias)

Dalam bahasa Inggris, *make up* diartikan sebagai kata rias dan *artist* adalah seniman, jadi dapat disimpulkan bahwa *make up artist* merupakan seniman yang berkencimpung dalam seni tata rias yang biasa disebut *make up artist*. Profesi *make up artist* sangat berkaitan dengan berbagai industri, seperti teater, televise, film, fashion, majalah, dan dunia hiburan lain termasuk iklan dan modeling. Di Negara Eropa dan Amerika khususnya, profesi *make up artist* sejajar dengan profesi bergengsi lainnya, bahkan industri film Hollywood melalui ajang *Academy Awards, Emmy Awards, juga Golden Globes* memberikan penghargaan untuk insane *make up artist* terbaik di setiap film nominasi (Gagas Ulung : 10).

Profesi *make up artist* muncul sekitar 4 tahun yang lalu atau tepatnya tahun 1970-an. Kala itu ada sejumlah istilah berkenaan dengan penata rias, seperti perias pengantin tradisional atau dukun manten, juga perias pengantin modern yang mulai marak di salon-salon kecantikan. Tahun 1980-an, industri media televisi mendongkrak profesi *make up artist*, antara lain melalui penayangan iklan Manasuka Siaran Niaga yang ditayangkan setiap hari di TVRI. Iklan televisi menampilkan model-model yag tentu saja di tuntut tampil memesona untuk bisa

menjual produk yang diiklankan. Di tahun 1989, iklan di televisi semakin berkembang karena tidak hanya ditayangkan di TVRI, tapi juga di tv swasta pertama, yaitu RCTI. Kebutuhan tenaga perias terus berkembang seiring semakin bervariasinya program di televisi, mengingat semua yang tampil dalam program televisi, mulai *host*, *news presenter*, hingga tamu program, membutuhkan jasa *make up artist*. Menggeliatnya idustri hiburan dan seni di Indonesia semakin meneguhkan profesi *make up artist*. Petunjukan teater, film layar lebar, fashion show, juga pertunjukkan music tak bisa lepas dari peran tim make up yag bekerja tanpa kenal lelah di balik layar.

Make up artist biasanya memoles wajah agar tampak lebih cantik, megoreksi wajah, dengan menonjolkan kelebihan dan menutupi kekurangan misalnya mengoreksi tulang pipi yang kurang menonjol melalui teknik *shading*, *tin*, dan *highlight*, serta *make up artist* memahami dan menerapkan prinsip higienis terhadap kosmetik yang dipakai dan perangkat.

Berikut adalah beberapa contoh *make up artist* yang telah sukses di Indonesia, yang sudah memiliki nama dan penghasilan yang tinggi yaitu :

1. Bennu Make up

Gambar 2.36 :Bennu Make up Artist
Sumber : instagram Bennu Make up

Hasil tata rias dari Bennu Make up :

Gambar 2.37 : Hasil tata rias Bennu Make up
Sumber : instagram Bennu Make up

2. Anpasuha

Gambar 2.38 : Anpasuha Make up Artist
Sumber : instagram Anpasuha

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Hasil tata rias dari Anpasuha :

Gambar 2.39 : Hasil tata rias Anpasuha
Sumber : instagram Anpasuha

3. Rama Jee

Gambar 2.40 : Rama jee Make up Artist
Sumber : instagram Rama jee

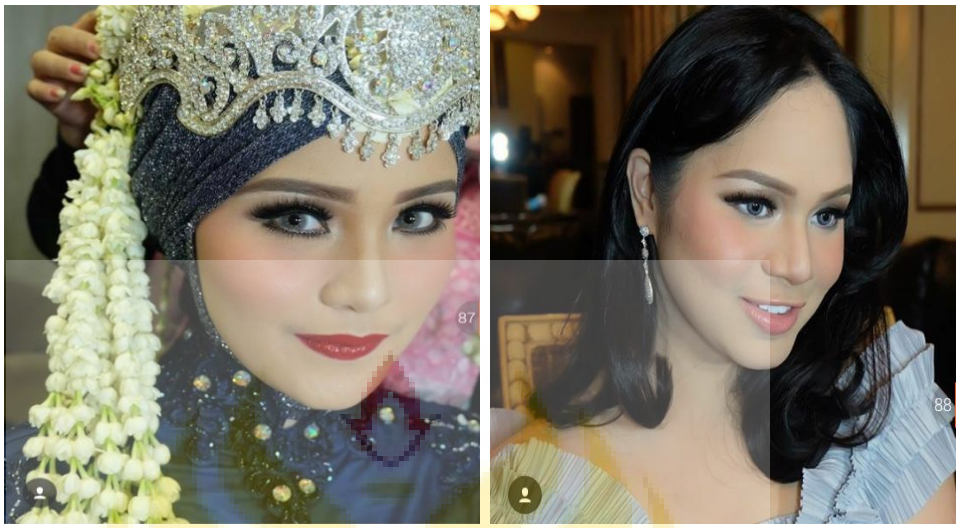
Hasil tata rias dari Rama Jee :

Gambar 2.41 : Hasil tata rias Rama Jee
Sumber : instagram Rama Jee

4. Petty Kaligis

Gambar 2.42 : Petty Kaligis Make up Artist
Sumber : instagram Petty Kaligis

Hasil tata rias dari Petty Kaligis :

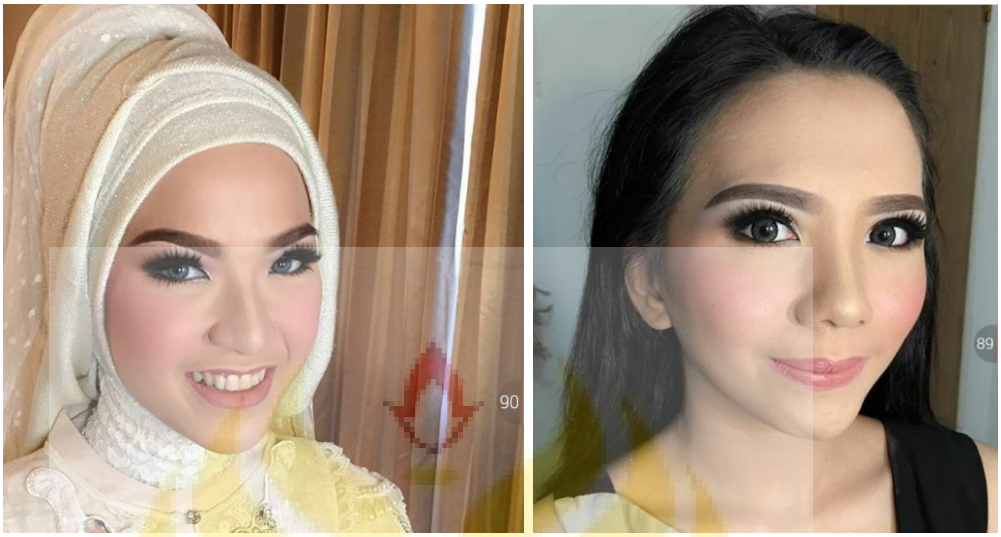


Gambar 2.43 : Hasil tata rias Petty Kaligis
Sumber : instagram Petty Kaligis

5. Yunita Make up

Gambar 2.44 : Yunita Make up Artist
Sumber : instagram Yunita Make up

Hasil tata rias dari Yunita Make up :

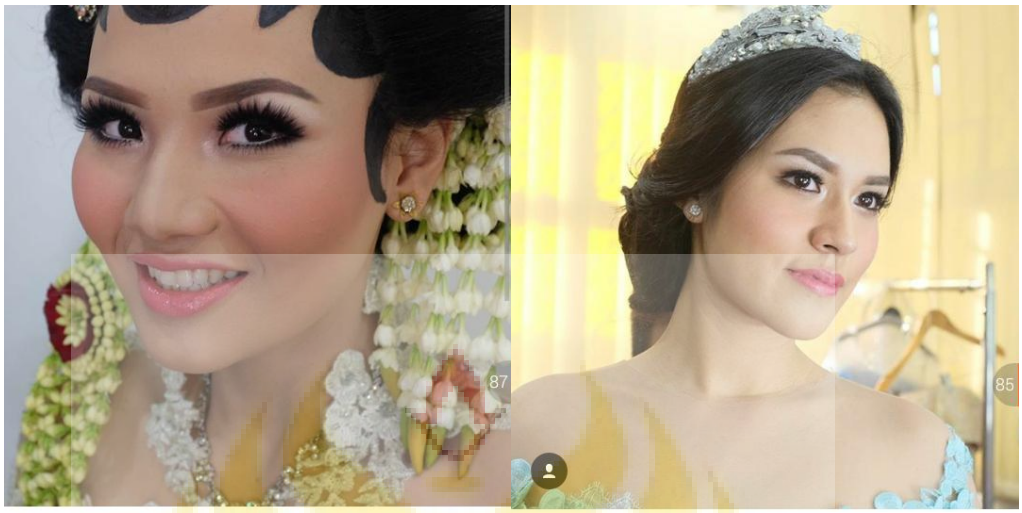


Gambar 2.45 : Hasil Tata Rias Yunita Make up
Sumber : instagram Yunita Make up

6. Marlene Hariman

Gambar 2.46 : Marlene hariman Make up Artist dan suami
Sumber : instagram Marlene Hariman

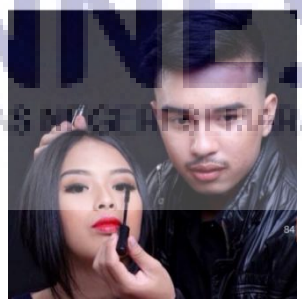
Hasil tata rias dari Marlene Hariman :



Gambar 2.47 : Hasil tata rias Marlene Hariman
Sumber : instagram Marlene Hariman

Dilihat dari beberapa contoh *make up artist*Indonesia yang telah sukses. Kini profesi sebagai *make up artist* telah menjadi profesi yang sangat menjanjikan di Semarang maupun di Indonesia. Banyak *make up artist* baru selalu bermunculan baik dari kalangan pria maupun wanita. Berikut adalah contoh hasil tatarias dari *make up artist* pria dan *make up artist* wanita di Kota Seamarang :

1. Andreass Make up



Gambar 2.48 : Andreass Make up Artist
Sumber : instagram Andreass Make up

Hasil tata rias dari Andreass Make up :

Gambar 2.49 : Hasil tata rias Andreass Make up
Sumber : instagram Andreass Make up

2. Sigit Prameshwari

Gambar 2.50 : Sigit Make up Artist
Sumber : instagram Sigit Prameshwari88

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Hasil tata rias dari Sigit Prameshwari :

Gambar 2.51 : Hasil tata rias Sigit Prameshwari
Sumber : instagram Sigit Prameshwari88

3. Hadi and Co

Gambar 2.52 : Hadi Make up Artist
Sumber : instagram Hadi n Co

Hasil tata rias dari Hadi n Co :

Gambar 2.53 : Hasil tata rias Hadi n Co
Sumber : instagram Hadi n Co

4. OAD Olga Agradia

Gambar 2.54 : Olga Agradia Make up Artist
Sumber : instagram Oad Make up

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Hasil tata rias dari OAD Olga Agradia :

Gambar 2.55 : Hasil tata rias OAD Make up
Sumber : instagram OAD Make up

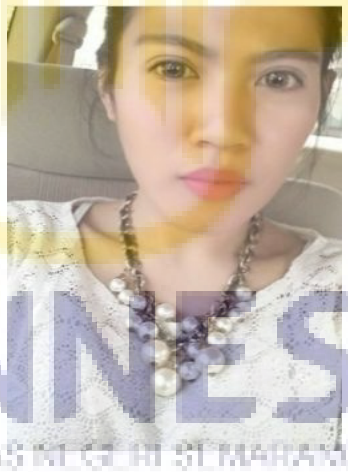
5. Lizzebeth MUA

Gambar 2.56 : Lizzebeth Make up Artist
Sumber : instagram Lizzebeth MUA

Hasil tata rias dari Lizzebeth MUA :

Sumber : instagram Lizzebeth MUA

6. AWR Makeup



Gambar 2.58 : AWR Make up Artist
Sumber : instagram AWR Make up

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

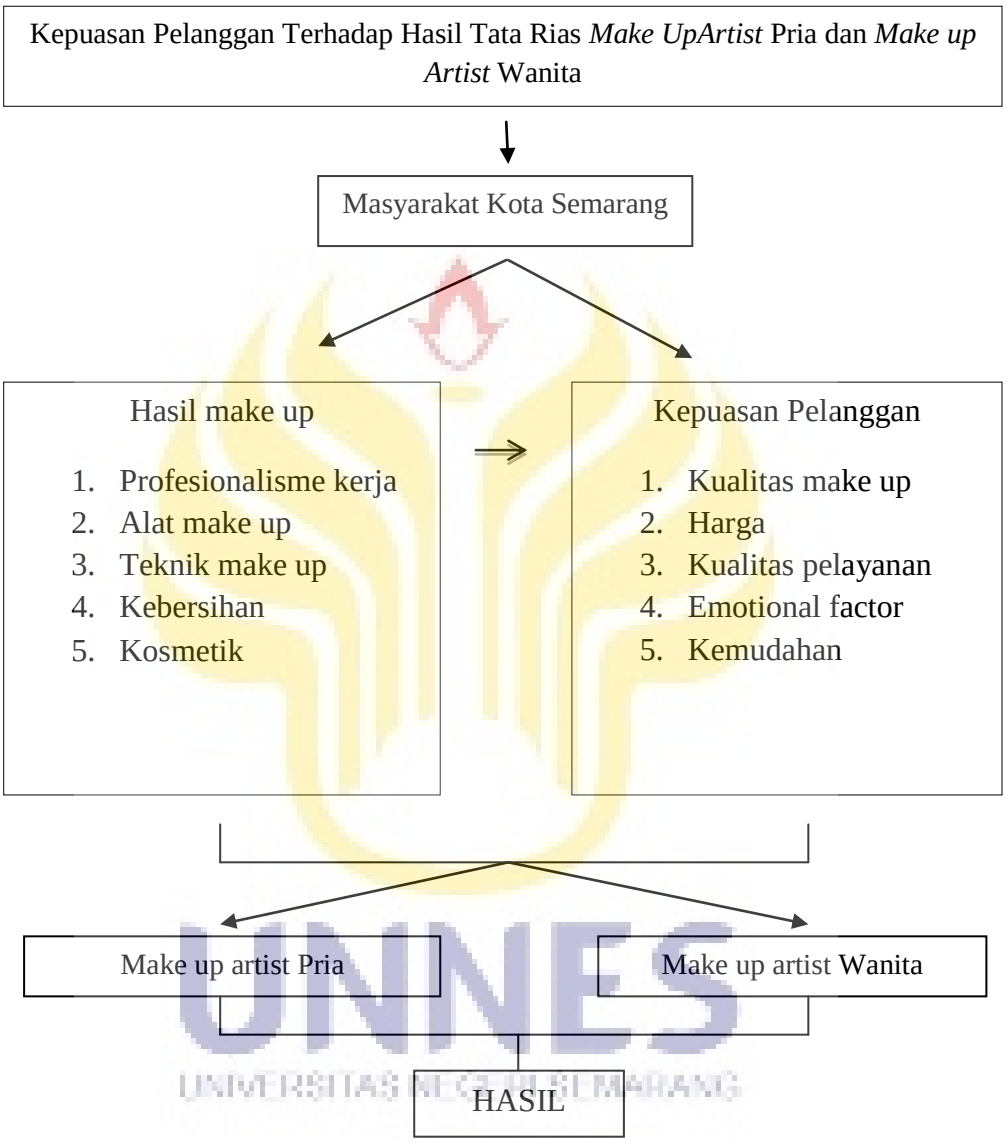
Hasil tata rias dari AWR Make up :

Gambar 2.59 : Hasil tata rias AWR Make up
Sumber : instagram AWR Make up

2.1.3 Kerangka Berfikir

Penelitian kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias *make up artist* pria dan *make up artist*wanita akan di laksanakan di kota Semarang. Banyaknya*make up artist* yang berada di kota Semarang menyebabkan konsumen merasa kesulitan dalam memilih *make up artist*.Dengan melakukan penelitian hasil tata rias pada pengguna jasa mempunyai berkontribusi pada kepuasan pelanggan.Melaluipenelitian tentang kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias *makeup artist* pria dan *makeup artist* wanita di KotaSemarang selama satu bulan untuk mendapat jawaban dari masing-masing responden hasil *make up* dan kepuasan pelanggan. Sehingga dengan adanya penelitian hasil tata rias *makeup artist* priadan *makeup artist* wanita akan diketahui *make up artist* yang berkualitas danpaling banyak diminati di Kota Semarang.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG



UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.1.5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias *make up artist* pria di Kota Semarang baik
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias *make up artist*wanita di Kota Semarang baik
3. Kepuasan pelanggan terhadap terhadap hasil tata rias *make up artist*pria lebih baik dibandinkan dengan hasil tata rias wanita di Kota Semarang

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Hasil kepuasanpelanganterhadap hasil tata rias *make up artist* pria di Kota Semarang masuk dalam kategori baik
2. Hasil kepuasan pelangan terhadap hasil tata rias *make up artist* wanita di Kota Semarang masuk dalam kategori baik
3. Perbedaan kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias *make up artist* pria dan wanita di Kota Semarang tidak mempunyai banyak perbedaan yang berarti. Ini dikarenakan kepuasan pelanggan terhadap hasil tata rias *make up artist* pria dan *make up artist* wanita di Kota Semarang sama-sama dalam ketegoori baik.

5.2 Saran

Adapun saran saran yang diajukan dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Sebaiknya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan semua *make up artist* di harap selalu mengikuti perkembangan *trend* tata rias terbaru sehingga bisa memberikan pelayanan rias dengan hasil yang menarik dan memiliki hasil yang optimal.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2. Bagi para pelanggan sebaiknya memberikan informasi dengan alergi kulit yang adapadadirinya dan sedikit karakter dirinya sehingga para *make up artist* bisa melakukan tata rias sesuai dengan jenis kulit dan karakter diri dari pengguna jasa tata rias, agar dapat menyatukan antara kepribadian dan hasil rias.
3. Dalam setiap jasa yang digunakan *make up artist* harus selalu mengutamakan kepuasan, kenyamanan, dan kebersihan agar pelanggan merasa puas dan selalu menggunakan jasa tata rias.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Pendidikan Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.

Azzurasantika, Umi. 2013. *Kecantikan Kulit Rias Wajah sehari–hari*. http://umiazzurasantika.blogspot.com (diunduh 9/3/2015)

Christoper Lovelock & Lauren K Wright.2007. *ManajemenPemasaran*, PT. Indeks, Indonesia.

E.F.EKEL, Anita. 1981. *Ilmu Kecantikan dan Kesehatan Masa Kini*. Jakarta : Karya Utama.

Griffin, Jill.2005. *Customer Loyality: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.

Hadi, Sutrisno, Metodologi Research, Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM Yogyakarta: 1986.

http://semarangkota.go.id/ gambaran umum kondisi daerah Kota Semarang. (Diakses 28/01/2016)

Irawan, Handi.2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elex Media Komputindo : Jakarta.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, Jakarta: Prehallindo.

Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kese belas, Jakarta :Indeks kelompok Gramedia.

Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction : Gaining Customer Relationship Strategi (teknik mengukur dan meningkatkan strategi)*

Sari, NurmaRatna. 2010. Tampil Cantik dengan Make Up Minimalis dalam 10 menit. Yogyakarta: Insania.

Sugiyono. 2010. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono.2013. *Statistika untuk penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.

Smart, Aqila. 2012. *Perawatan Modern untuk Kecantikan Wanita*. Jogjakarta : Kata Hati.

Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rineke Cipta Jakarta.

Tahir, Muh. 2011. *Metodologi Penelitian Pendidikan*.

Tilaar, Martha. 2009. *Make up 101 Basic Personal Make-up*. Jakarta: GramediaPustakaUtama

Ulung, Gagas. *How to be Make Up Artist*. Jakarta : GramediaPustakaUtama

Umar. 2003. *Pengukuran Tingkat KepuasanPelanggan*, Jakarta :Gramedia Pustaka Utama.

Zeithhaml, Valerie A and Mary Jo Bitner. 2000. *Service Marketing*, Singapore : Me Graw-Hill Companies.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG