



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan media yang semakin pesat memaksa media industri hiburan khususnya media televisi berlomba-lomba untuk menyajikan informasi yang dibutuhkan masyarakat. Televisi saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia, bahkan banyak orang yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk bersosialisasi (Morissan, 2008, p. 1). Hal tersebut tercermin dari survei Nielsen Consumer Media View (CMV) tahun 2017, yang menunjukkan bahwa televisi menduduki posisi pertama dengan 96% (Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet di Indonesia, 2017, para. 1).

Menurut Morissan (2008, p.1), televisi dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu. Artinya, siaran pada televisi dapat diterima di mana saja dalam jangkauan pancarnya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak menguasai waktu). Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962 dengan menyiarkan ajang Asian Games ke-4 yang dilaksanakan di Indonesia. Lahirnya TVRI merupakan cikal bakal dunia penyiaran televisi di Indonesia (Baksin, 2006, p. 15).

Setelah melalui periode monopoli, sistem televisi di Indonesia memasuki tahap deregulasi. Atas dasar pertimbangan tersebut, stasiun televisi swasta mulai bermunculan. Pada tahun 1990, pemerintah mengizinkan tiga stasiun swasta beroperasi yakni, RCTI (beroperasi di Jakarta dan Bandung), SCTV (beroperasi di Surabaya dan Denpasar), dan TPI (beroperasi di Jakarta) (Baksin, 2006, p. 31-32). Stasiun televisi lainnya pun mulai bermunculan, diantaranya MNC TV, ANTV, Indosiar, GTV, Metro TV, Trans TV, Trans 7, tvOne, iNews TV, RTV, Kompas TV, dan NET TV.

Setiap harinya stasiun televisi menyajikan berbagai jenis program yang beragam. Pada dasarnya, apa saja dapat disajikan program untuk ditayangkan selama menarik, disukai audien, dan tidak melanggar hukum dan peraturan yang berlaku (Morissan, 2008, p. 217). Morissan menjelaskan bahwa jenis program tersebut terbagi menjadi dua bagian besar yaitu, program informasi (berita) dan program hiburan (*entertainment*). Program informasi kemudian dibagi lagi menjadi dua jenis, yaitu berita keras (*hard news*) yang merupakan berita terkini yang harus segera disiarkan dan berita lunak (*soft news*) yang merupakan kombinasi dari fakta, gosip, atau opini.

Program berita lunak (*soft news*) merupakan format televisi dalam pembuatan skripsi berbasis karya ini. *Soft news* merupakan segala informasi penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam/detail (*in-depth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan (Morissan, 2008, p. 221). Program yang termasuk ke dalam kategori berita lunak adalah *current affair*, *magazine*, dan dokumenter, dan

*talk show*. Pada skripsi berbasis karya ini format televisi termasuk ke dalam *soft news* dengan jenis program *magazine show*.

Menurut Naratama dalam buku Djamal dan Fachruddin (2011, p. 156) kunci keberhasilan suatu program televisi ialah penentuan format acara televisi tersebut. Naratama juga mendefinisikan bahwa format acara televisi merupakan sebuah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi ke dalam beberapa kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsanya. Pembagian tersebut terbagi ke dalam tiga kategori diantaranya drama/fiksi, nondrama, dan berita. Dalam penelitian ini, format televisi masuk pada program acara televisi nondrama.

Roan Y. Anprira selaku Kepala Divisi Produksi NET TV dalam jurnal Robin (2014, p. 122) menjelaskan bahwa tiap media televisi memiliki standar tersendiri terhadap tayangan programnya. Standar tersebut dalam segi konten merupakan tayangan yang menghibur dan informatif, serta jika dilihat dari segi teknis mampu memberikan tampilan yang berbeda dan berkelas.

Berbagai media televisi menghadirkan program *magazine sho* dengan bermacam konsep, salah satunya ialah fesyen. Berawal dari pesatnya pertumbuhan industri dalam bidang fesyen ini kemudian dimanfaatkan oleh media untuk menyajikan konten-konten yang berhubungan dengan perkembangan fesyen. Beberapa program diantaranya ialah iLook (NET TV), Dua Hijab (Trans 7), dan Fashion & Beauty (Trans 7). Peminat program fesyen pun terbukti cukup baik, terlihat dari *rating* yang berhasil diperoleh beberapa program, diantaranya *How Do*

*I Look?* dengan angka 6,1 dari 10 bintang (How Do I Look, para. 1) dan *Project Runaway* dengan angka 7,3 dari 10 bintang (Project Runaway, para. 1). Angka tersebut diperoleh dari 231 pengguna IMDb yang turut serta dalam penilaian program *How Do I Look?* dan 9.635 pengguna IMDb yang berpartisipasi dalam penilaian program *Project Runaway*.

Fesyen atau mode sendiri dalam “Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Industri Mode Nasional 2015-2019” dimaknai sebagai kombinasi atau perpaduan dari gaya atau *style* yang memiliki kecenderungan berubah dan menampilkan pembaruan; pilihan yang dapat diterima, digemari, dan digunakan oleh mayoritas masyarakat; sebagai lambang ekspresi dari identitas tertentu sehingga dapat memberikan rasa percaya diri.

Hal serupa juga disampaikan Trisnawati dalam jurnalnya yang berjudul ‘Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi’ bahwa fesyen merupakan ekspresi diri dan komunikasi diri dari pemakainya yang memberikan implikasi terkait bagaimana kepribadian, status, nilai, dan perasaan kepada orang lain (Trisnawati, 2011, p. 37).

Pendapat lain tentang fesyen juga dipaparkan Solomon, et al. dalam bukunya, bahwa fesyen merupakan *social diffusion* (penyebaran sosial) dalam sebuah gaya baru yang diadopsi oleh sekelompok konsumen. Fesyen dapat dikatakan ‘*in fashion*’ apabila dikombinasikan dengan beberapa atribut yang sudah dievaluasi secara positif oleh sebuah *reference group* (Solomon, et al., 2006, p. 543).

Kategori fesyen sendiri dapat dikelompokkan ke dalam dua jenis, *high fashion* dan *mass fashion*. *High fashion* mengarah pada desain atau gaya yang dapat diterima oleh kelas menengah ke atas, yaitu konsumen yang elit dan mereka yang paling pertama mengadaptasi perkembangan fesyen. Gaya yang masuk ke dalam *high fashion* diperkenalkan, dibuat, dan dijual dengan harga yang relatif mahal kepada *socialites*, selebritas, dan *fashion innovators* dalam jumlah terbatas (*limited edition*). Berbeda dengan *mass fashion* yang mengacu pada desain atau gaya yang dapat diterima oleh publik luas. *Mass fashion* biasanya diproduksi dan dijual dalam jumlah banyak dengan harga yang lebih murah (Savitrie, 2008, p. 15-16).

Sedangkan, ruang lingkup fesyen dalam “Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Industri Mode Nasional 2015-2019” dapat dibagi berdasarkan jenis proses dan volumenya, jenis produk, fungsi produk dan segmen pasar (Midiani, et al., 2015, p. 6-7). Berdasarkan fungsi penggunaannya terbagi menjadi *casual wear*, *active sports wear*, *formal wear*, *occasional wear*, *lingerie*, *bridal*, *muslim wear*, dan *maternity wear*.

Program televisi *magazine show* ini akan memberikan tayangan yang menghibur dan informatif, dengan fokus fesyen dalam episode ini ialah bertema ‘*Vintage Style*’. Episode ini akan terbagi ke dalam 5 (lima) segmen dan rencananya akan ditayangkan pada hari Sabtu pukul 09.00-10.00, melihat program televisi “Find Your Style” ini memiliki konsep *feature* yang cocok apabila ditayangkan pada saat *weekend*.

## 1.2 Tujuan Karya

Adapun tujuan akhir dari karya ‘Program Televisi Find Your Style’ ini dengan berdasarkan pada latar belakang yang telah dipaparkan, antara lain:

1. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang fesyen secara mendalam, mulai dari sejarah dan fakta menarik tentang *Vintage Style*.
2. Menyajikan program tayangan yang menghibur serta mengedukasi masyarakat tentang fesyen, seperti memberikan informasi tentang bahan dan model yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu, biaya yang diperlukan, dan beragam tips lainnya.
3. Mengemas program dalam bentuk audio-visual secara menarik agar lebih mudah untuk dipahami masyarakat. Melalui topik yang akan dibawakan oleh *host* dan narasumber.

## 1.3 Kegunaan Karya

Adapun kegunaan dari karya “Program Televisi *Find Your Style*” ini berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, ialah sebagai berikut:

1. Menjadikan “Program Televisi *Find Your Style*” sebagai salah satu acuan program fesyen yang sifatnya menghibur dan informatif.
2. Memberikan solusi kepada masyarakat bagaimana penggunaan fesyen yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu.
3. Memberikan referensi kepada masyarakat bahwa fesyen tidak identik dengan barang-barang yang mewah dan mahal.

4. Memajukan industri pertelevisian Indonesia agar lebih berkualitas dan informatif khususnya dalam bidang fesyen, sehingga tidak hanya mementingkan rating semata.