

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

TalkCation merupakan program siaran televisi berupa *Talkshow* yang mengedukasi dengan dikemas secara santai, menarik, variatif serta menghadirkan narasumber yang berkompeten di bidangnya yang memiliki gagasan kreatif. TalkCation sendiri merupakan bagian dari program acara yang berada di dalam naungan RBTV (Reksa Birama Televisi) Yogyakarta.

Konsep TalkCation dibuat dengan tujuan mengajak narasumber untuk berbagi pengalaman dan bertukar pikiran sesuai dengan bidang yang ditekuni, sehingga dapat menginspirasi dan memberikan *insight* positif kepada audiens. Sebagai informasi, TalkCation merupakan siaran televisi yang telah mengudara sejak tahun 2020 yang dipelopori oleh dua *production house* yaitu *Waiki Production* dan *Mandala Production*. Namun, pada tahun 2021 TalkCation dipegang penuh oleh *Sengkuyung Pictures*. Pada dasarnya konsep *Waiki Production* dan *Sengkuyung Pictures* memiliki kesamaan, namun yang menjadi pembeda antara produksi TalkCation sebelumnya dengan yang sekarang adalah adanya program magang di TalkCation yang mana program tersebut bekerjasama dengan Kampus Merdeka. Oleh karena itu, melalui program TalkCation saat ini yakni yang dipegang penuh oleh *Sengkuyung Pictures* telah menghadirkan tayangan yang memberikan informasi yang kredibel mengenai perkembangan industri kreatif, digital konten dan narasumber dalam bidang kreatif secara modern maupun tradisional untuk menjadi solusi bagi masyarakat atas pemahaman yang kurang terhadap dunia kreatif. Dengan *tagline* atau slogan yang digunakan TalkCation yaitu “*Talking Education for Action*” diharapkan mampu mencerminkan program TalkCation sebagai program *Talkshow* yang mengedukasi dan bermanfaat bagi seluruh masyarakat.

Konsep pengembangan identitas program acara TalkCation melalui slogan "*Talking Education for Action*" menjadi salah satu cara yang ditempuh oleh *Sengkuyung Pictures* untuk mewujudkan sebuah tayangan program *Talkshow* yang mengedukasi. Adapun konsep pengembangan slogan merupakan sebuah elemen branding yang penting serta menjadi salah satu strategi yang dapat ditempuh untuk meningkatkan ekuitas merek (He & Balmer, 2007). Penggunaan slogan "*Talking Education for Action*" sebagai elemen branding merupakan yang paling relevan untuk menggambarkan identitas program dan membentuk citra sebagai program *Talkshow* yang mengedukasi. Istilah slogan sendiri memiliki arti sebagai sebuah susunan kata yang dibentuk untuk menggambarkan sebuah merek yang mudah diingat dan diulang dengan mengandung rima, ritme atau aliterasi (Kohli, Leuthesser, & Suri, 2013)

Penerapan slogan sebagai elemen branding juga digunakan untuk mewujudkan atau mempertahankan *image* dan tujuan dibentuknya program siaran televisi. Beberapa perusahaan stasiun televisi membentuk identitas program siaran mereka dengan menggunakan slogan atau *tagline* yang mudah diingat sehingga dapat mempengaruhi kesadaran merek terkait dengan nama merek. (Keller & Lehmann, 2006) Perihal tersebut juga sedang diterapkan oleh TalkCation melalui slogan "*Talking Education for Action*". Slogan TalkCation ini memiliki makna mendalam yang tentunya bersinergi dengan konsep yang memang ingin dikenalkan oleh RBTV. Oleh karena itu, *Sengkuyung Pictures*, sebagai *production house* yang menangani program TalkCation ini harus dapat mempertahankan atau mewujudkan slogan tersebut dengan menggunakan strategi-strategi tepat guna.

Berdasarkan hal tersebut, untuk mewujudkan slogan "*Talking Education for Action*" tidak hanya membutuhkan strategi tepat guna saja, namun juga dibutuhkan SDM (Sumber Daya Manusia) yang bisa saling bekerja sama yang tentunya berkompeten dalam bidang broadcasting dan kreatif, seperti produser, asisten produser, *Production Assistant* (PA), tim kreatif dan *wardrobe* yang mana masing-masing divisi tersebut akan bekerja

sesuai dengan tugasnya. Salah satu divisi yang berperan penting untuk mendukung kesuksesan TalkCation yaitu *Wardrobe Officer*. *Wardrobe* merupakan salah satu bagian terpenting yang berhubungan dengan keindahan tampilan dalam suatu tayangan program acara yang berkaitan dengan busana. Sementara itu, orang yang menangani dan bertanggung jawab atas tata busana dalam keseluruhan tahapan produksi program televisi disebut dengan *Wardrobe Officer*. *Wardrobe Officer* memiliki tugas sebagai penata busana yang memiliki peran dalam menyiapkan dan mengkonsep busana yang digunakan oleh *Host* dan narasumber dengan mengutamakan nilai-nilai estetika busana secara keseluruhan tampilan di depan layar agar menarik untuk dilihat (Nuranissa, 2017) *Wardrobe Officer* memiliki fungsi dalam mendukung kelancaran program acara dengan memperhatikan tampilan busana orang-orang yang terlibat di depan kamera.

Wardrobe biasanya dikaitkan dengan lemari penyimpanan pakaian, akan tetapi dalam dunia televisi dan film, *wardrobe* langsung dikaitkan dengan masalah busana (Yusanto, 2017). Pada program TalkCation *Wardrobe Officer* berfungsi untuk membangun karakter *Host* dan narasumber, memperindah tampilan di depan layar serta menyelaraskan penampilan *Host* dan narasumber dengan tema dan konsep program TalkCation. Sejauh ini masyarakat kurang memahami penggunaan busana terlebih pada tayangan televisi, pada kenyataannya penampilan seseorang dapat mempengaruhi program acara yang dibawakan tersebut, sehingga busana atau *fashion* yang digunakan oleh seseorang merupakan alat komunikasi yang disampaikan melalui cara orang berbusana, dengan begitu busana yang dikenakan dapat mempengaruhi kesempatan dan cara pandang seseorang terhadap orang lain.

Oleh sebab itu, *Wardrobe Officer* tidak hanya bertanggung jawab dalam pemilihan kostum yang dipakai dalam acara saja, namun *Wardrobe Officer* juga memiliki tanggung jawab untuk menyelaraskan dengan identitas dari acara tersebut. Dengan demikian, untuk memadukan pakaian seorang *Wardrobe Officer* harus mengenal betul tema besar serta slogan dari

acara tersebut. Hal ini penting dilakukan agar narasumber dengan *Host* acara selaras dengan tema dan slogan dari acara tersebut. Berdasarkan pada peran *wardrobe* tersebut yang menjadikan peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi mengenai *Strategi Wardrobe Officer dalam Mempresentasikan Slogan "Talking Education For Action" Pada Program Talkshow "TalkCation" Di RBTV Yogyakarta*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi *Wardrobe Officer* dalam mempresentasikan slogan "*Talking Education For Action*" pada program Talkshow "*TalkCation*" di RBTV Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan merujuk pada rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan memetakan strategi *Wardrobe Officer* dalam mempresentasikan slogan "*Talking Education For Action*" pada program Talkshow "*TalkCation*" di RBTV Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan pengetahuan bagi pembaca untuk mengetahui peran *Wardrobe Officer* dalam mempresentasikan slogan pada produksi siaran Talkshow. Serta dapat memberikan kontribusi, memperkaya dan memperluas perkembangan ilmu komunikasi, terutama penelitian dalam ranah komunikasi non-verbal.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini bagi peneliti yaitu untuk menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti sebagai *Wardrobe Officer*

dalam memilih busana yang serasi, selaras dan harmonis sehingga dapat memperkuat slogan pada program TalkCation. Manfaat praktis lainnya bagi mahasiswa khususnya yang berperan sebagai *Wardrobe Officer* dapat menjadi referensi dalam memilih dan menyesuaikan busana untuk memperkuat slogan dan membentuk identitas program Talkshow seperti program TalkCation. Manfaat untuk program TalkCation dapat lebih teliti dalam memilih busana yang digunakan oleh pengisi acara sehingga dapat memperkuat identitas program.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Jenis penelitian kualitatif digunakan karena metode dan jenis data yang digunakan sesuai dengan tipe penelitian kualitatif. Jenis penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang tidak menggunakan cara-cara kuantifikasi untuk memperoleh data dan hasil temuan (Lexy, 2008). Sedangkan metode deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk penelitian sekelompok manusia, objek, maupun pemikiran tentang peristiwa yang tengah terjadi. Metode deskriptif ini digunakan untuk membuat deskripsi, gambar-gambar, maupun fakta-fakta terkait fenomena yang tengah diteliti (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian kualitatif, penelitian dilakukan berdasarkan fenomena atau data yang ada untuk kemudian diuji dengan menggunakan teori-teori yang relevan (Sugiyono, 2019). Kemudian, untuk penelitian kualitatif dengan metode deskriptif dilakukan untuk menjelaskan dan memberikan gambaran melalui data-data yang ada tanpa harus mencari hubungan, menguji hipotesis dan membuat prediksi (Rakhmat, 1999). Dalam penelitian kualitatif metode deskriptif, peneliti cukup mencari fenomena yang akan dianalisis dengan menggunakan teori-teori yang relevan dan dijelaskan sesuai dengan pandangan dan pemikiran secara deskriptif.

Oleh karena itu, jenis penelitian deskriptif ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai strategi *Wardrobe Officer* dalam mempresentasikan slogan “*Talking Education for Action*” pada program Talkshow “TalkCation” di RBTV Yogyakarta

1.5.2 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran terkait isu yang akan dibahas dan akan diteliti melalui suatu riset sosial, atau juga dapat disebut sebagai situasi sosial penelitian yang ingin dipahami apa yang terjadi di dalamnya (Sugiyono, 2019). Selain itu, dalam objek penelitian, peneliti juga dapat mengamati secara mendalam aktivitas, orang-orang di suatu tempat. Jadi dapat disimpulkan objek penelitian dalam penelitian ini adalah strategi *Wardrobe Officer* dalam mempresentasikan slogan “*Talking Education For Action*” pada program Talkshow “TalkCation” di RBTV Yogyakarta.

Selanjutnya, subjek penelitian merupakan batasan penelitian dengan menentukan benda, hal, atau orang yang dapat memberikan informasi atau data-data pendukung dalam proses penelitian. Subjek dalam penelitian adalah *Wardrobe Officer Sengkuyung Pictures* pada Talkshow TalkCation di RBTV Yogyakarta.

1.5.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Adapun waktu yang digunakan dalam penelitian ini kurang lebih tiga bulan yaitu pada Juli 2021 sejak proses awal penelitian hingga akhir penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di *Warehouse Sengkuyung Pictures* di Gg. Tawes Jln Kusuma No. 789, Baciro, Kec. Gondokusuman, Kota Yogyakarta. Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.5.4 Jenis Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Adapun sumber data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari narasumber terkait. Data primer diperoleh peneliti melalui catatan hasil wawancara berupa kata-kata dengan narasumber. Selain itu peneliti juga melakukan observasi partisipasi yaitu dengan pengamatan secara langsung dan turut berpartisipasi di lapangan dalam proses produksi untuk mengumpulkan data-data dalam bentuk dokumentasi dari situasi di lokasi penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung yang diperoleh melalui penelitian orang lain maupun dokumen terkait. Data sekunder diperoleh dari kepustakaan yaitu referensi dari buku, karya ilmiah, jurnal penelitian yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian.

1.5.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung di lapangan yang berhubungan dengan pengawasan, peninjauan, riset dan penelitian. Observasi dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data tentang suatu permasalahan sehingga dibutuhkan pembuktian terhadap informasi yang diperoleh sebelumnya. Observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan mengamati secara langsung kegiatan *Wardrobe Officer* dalam mempertahankan slogan '*Talking Education for Action*' pada program *Talkshow TalkCation* di RBTv Yogyakarta.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis observasi partisipan di mana observasi partisipan adalah peneliti ikut dan

bergabung dalam kelompok atau kehidupan orang yang di observasi. Sehingga peneliti melakukan observasi dengan ikut terjun langsung ke lapangan.

2. Dokumentasi

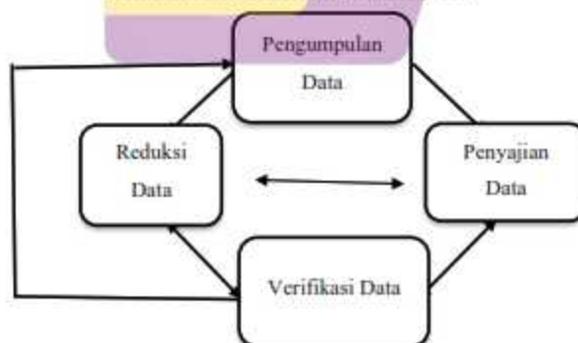
Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengkaji mendokumentasikan hasil temuan, baik dari hasil observasi ataupun dari data yang ditemukan di beberapa artikel pendukung seperti jurnal, koran, portal berita, dan lain-lain.

1.5.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengkoordinasikan dengan data-data, memilih-memilih, menjadi sesuatu yang dapat diolah mengintensifkan, mencari dan merumuskan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang diceritakan orang lain (Sutopo, 2006) Miles dan Huberman (2006) menjelaskan bahwa terdapat dua model analisis dalam penelitian kualitatif yaitu model analisis jalinan atau mengalir dan model analisis interaktif (Sutopo, 2006) Dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif dengan cara mengumpulkan data kemudian direduksi, disajikan dan diverifikasi. Lebih jelasnya lagi berikut penjelasan terkait teknik analisis data:

Bagan 1 Model Analisis Interaktif

Model Analisis Interaktif (Sutopo, 2006)



1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan seluruh data-data yang akan dikaji menggunakan teori yang relevan. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber antara lain buku-buku yang relevan, jurnal penelitian, informasi dan peristiwa di lapangan. Serta untuk pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi dan dokumentasi.

2. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan cara menyeleksi, memfokuskan, penyederhanaan seluruh jenis data yang telah diperoleh. Proses ini dimulai dari merencanakan penelitian, menentukan objek dan subjek, sampai dengan perumusan masalah. Dalam penelitian ini menempatkan stasiun televisi lokal dan program *Talkshow TalkCation* RBTV Yogyakarta sebagai objek penelitian. Dari hasil reduksi data akhirnya terbentuk judul penelitian strategi *Wardrobe Officer* dalam mempresentasikan slogan "*Talking Education For Action*" pada program *Talkshow TalkCation* yang dianalisis secara deskriptif kualitatif menggunakan metode observasi partisipasi.

3. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan mendeskripsikan hasil temuan data yang berbentuk uraian singkat, sehingga dapat mempermudah dalam mengorganisasikan dengan pola hubungan yang telah direncanakan sebelumnya. Penyajian data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan unsur-unsur reduksi data yang mengacu pada rumusan masalah untuk kemudian melihat gambaran terkait keseluruhan data. Dalam penelitian ini penyajian data dimulai dari pembahasan pokok permasalahan program *Talkshow TalkCation* dalam mempertahankan atau mewujudkan sebuah program *Talkshow* yang mengedukasi melalui slogan yang dibentuk. Sehingga diperlukan strategi dalam mewujudkan slogan tersebut salah satunya strategi dari *Wardrobe Officer Sengkuyung Pictures* dalam mengimplementasikan

program TalkCation, menciptakan identitas program TalkCation dan membangun citra program TalkCation melalui kreativitas *Wardrobe Officer* dalam memadukan kostum agar tidak hanya sekedar menarik namun juga dapat mencerminkan citra dari TalkCation.

4. Verifikasi

Verifikasi dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan reduksi data dan penyajian data. Dalam hal ini peneliti tidak hanya memaparkan data yang telah ditemukan saja, namun peneliti juga melakukan verifikasi dengan teman sejawat yang memiliki kesamaan penelitian terutama mengenai *wardrobe*. Tidak hanya itu saja, untuk memastikan kebenaran data peneliti juga melakukan diskusi dengan *Tim Sengkuyung Pictures*.

