

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Manusia adalah golongan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri, dengan komunikasilah manusia biasanya melakukan interaksi satu dengan lainnya. komunikasi itu sendiri memiliki arti penyampaian sebuah pesan atau informasi dari satu ke lainnya. Dalam berkomunikasi manusia memiliki sebuah alat agar komunikasi dapat lebih efektif atau pesan yang ingin disampaikan diterima khalayak dengan baik, alat itu disebut dengan media yaitu sebuah alat penghubung berupa media massa atau suatu alat penghubung untuk menyebarkan suatu informasi atau pesan kepada khalayak luas, dan media massa pun dibagi menjadi dua yaitu media massa cetak (surat kabar, majalah, tabloid,dll) dan media massa elektronik (televisi dan radio).

Media massa cetak merupakan media massa yang hadir paling awal dibandingkan dengan media elektronik, namun dengan semakin maju dan berkembangnya zaman, media elektronik seperti radio dan televisi semakin di gandrungi oleh penonton dan pendengarnya. Televisi merupakan media massa yang mengalami perkembangan paling fenomenal di dunia, meski lahir paling belakangan dibanding media massa cetak, namun pada akhirnya media televisilah yang paling banyak diakses oleh masyarakat.

Televisi juga merupakan salah satu alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Hal ini dikarenakan televisi dapat menyajikan gambar serta suara sekaligus. Dengan begitu dapat dikatakan memang televisi merupakan media massa yang saat ini dapat menarik perhatian masyarakat luas.

Pemahaman terhadap siaran di televisi adalah menyangkut bagaimana masyarakat memahami isi pesan siaran tersebut, Sikap tertarik dan tindak lanjut menyaksikan siaran televisi, hal ini menyangkut penilaian masyarakat terhadap pesan, kemudian mengambil keputusan untuk menyaksikan siaran itu untuk menambah pengetahuan, mengembangkan wawasan masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan dan memberi hiburan. Rory dkk (Vol. III. No.2 , 2014: hlm. 1-2)

Menurut jurnal Yessi Paradina Sella proses pengimitasian diri itu sendiri berlangsung lebih dalam, peniruannya tidak cukup sebatas aspek-aspek penampilan simbolis, tetapi meliputi totalitas kepribadiannya, termasuk hal-hal yang secara prinsipil perlu dihindari. Meniru perilaku destruktif berupa hedonis (pemuasan diri diluar batas kepatutan), memamerkan kemewahan, merongrong sendi-sendi moralitas, mentontonkan keberanian yang tidak diperlukan, maupun tindakan yang mengarah kepada keinginan melakukan bunuh diri, merupakan bentuk kekaguman yang membahayakan. Perilaku imitasi adalah segala macam kegiatan yang ditiru atau dicontohkan oleh orang yang melihatnya. Perilaku imitasi ini bisa dalam wujud terbuka dan tertutup.

Pengaruh menonton tayangan aktifitas melihat suatu pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar yang berbentuk grafis serta berkarakter yang disaksikan menggunakan media televisi secara terus menerus, menonton dan menyaksikan tayangan di televisi memang memberikan efek hiburan pada seseorang. (Astri sisvi Septianie, Vol.I. No.4, 2013 : hlm. 53-62).

Menurut Kusika Bidayatun Aminah perilaku imitasi adalah reaksi atau tanggapan yang dilakukan oleh seorang dalam meniru perbuatan orang lain dengan sengaja dan perilaku imitasi dipengaruhi oleh interaksi sosial.

Fakta yang dibawa oleh berbagai tayangan di televisi dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa contoh kecilnya yaitu tingkah laku, pola pikir masyarakat, pakaian yang digunakan, serta gaya hidup masyarakat dalam kesehariannya menyaksikan tayangan televisi. Namun tidak dipungkiri lagi bahwa televisi juga memberikan manfaat yang baik bagi kehidupan masyarakat, karena masyarakat mendapatkan berbagai macam informasi melalui sebuah tayangan di televisi.

Acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi dan perasaan para penonton, ini adalah hal yang wajar. Jadi, jika ada hal-hal yang mengakibatkan penonton terharu, terpesona, atau latah bukanlah sesuatu yang istimewa, sebab salah satu pengaruh psikologi dari televisi ialah seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga penonton tersebut dihanyutkan dalam suasana pertunjukan televisi (Prof. Dr. R. Mar'at 2007, hlm. 192).

Perkembangan industri *fashion* saat ini dapat dikatakan pesat, pasalnya banyak masyarakat yang kini lebih memperhatikan penampilan atau gaya berbusana mereka, terlebih lagi para *designer-designer* Indonesia juga sudah sering muncul di kancah nasional hingga internasional, seperti ikut serta memunculkan busana karyanya di ajang *fashion* di luar negeri.

Fashion sendiri ialah gaya berpakaian yang populer dalam suatu budaya, semakin banyak budaya yang bermunculan bahkan berkembang semakin bervariasi juga cara masyarakat berbusana. Seperti halnya teknologi, dalam industri *fashion* juga selalu berkembang mengikuti zaman. Dahulu Indonesia lebih banyak mengenakan kebaya karena kebaya merupakan budaya busana yang menggambarkan Indonesia, semakin kini Indonesia sudah mulai mencampurkan budaya tanah air dengan diberi sentuhan budaya luar agar tidak terkesan kuno.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti salah satu acara di Televisi swasta yaitu Net Tv yang menayangkan acara I Look. Tayangan ini merupakan sebuah tayangan yang memiliki segmen *fashion* yang sangat luas berbeda dari acara tv lainnya contohnya acara *fashion* Dua Hijab di Trans7, tayangan tersebut hanya menampilkan cara *fashion* untuk para pengguna hijab saja. Acara I Look tayang perdana pada 1 Juni 2013. Acara ini memberikan tips, trik dan inspirasi dalam berpakaian, yang menampilkan bagaimana cara berbusana yang baik, bagaimana cara menata rambut yang baik, bagaimana cara mengaplikasikan cat kuku yang menarik, bagaimana cara memilih memakai sepatu yang cocok untuk pergi kesuatu acara. Program ini dibawakan oleh model terkenal Kimmu Jayanti. Program ini hadir setiap hari Sabtu dan Minggu pukul 10:30 – 11:00 WIB, mengharapkan para penonton yang memang suka dengan *fashion* acara ini dapat bermanfaat dapat dijadikan acuan *fashion* bagi masyarakat Indonesia.

Penulis mengambil studi kasus di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina dikarenakan penulis melihat *fashion* yang ditampilkan oleh mahasiswa tersebut sangat terlihat *fashionable* dan penulis sangat tertarik untuk mengetahui tolak ukur fashion mahasiswa tersebut.

Sehubungan dengan hal di atas penulis ingin mengetahui tayangan I Look di Net Tv dapat memberikan efek terhadap perilaku imitasi dari mahasiswa FIKOM Universitas Paramadina. Dengan begitu penulis mengangkat judul **“PENGARUH MENONTON TAYANGAN PROGRAM “I LOOK” DI NET TV TERHADAP PERILAKU IMITASI MAHASISWI (STUDI KASUS: MAHASISWI AKTIF FIKOM UNIVERSITAS PARAMADINA)”**.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang, maka rumusan masalah sebagai berikut :
Seberapa Besar “ pengaruh menonton tayangan program “I Look” di Net Tv terhadap perilaku imitasi mahasiswa (studi kasus: mahasiswi aktif FIKOM Universitas Paramadina)”.
.

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui Besarnya Pengaruh Tayangan Program “I Look” di Net Tv dapat memberikan efek Perilaku Imitasi Mahasiswi aktif FIKOM Universitas Paramadina.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Akademis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memperoleh pengetahuan ilmu komunikasi khususnya di bidang jurnalistik, dapat mengetahui tentang tayangan sebuah program televisi yang dapat memberikan efek terhadap perilaku imitasi mahasiswi. Dapat mengaplikasikan teori pengaruh menonton tayangan program dan teori perilaku imitasi pada sebuah tayangan di televisi.

b. Secara Praktisi

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tayangan program “I Look” di Net Tv terhadap Prilaku Imitasi Mahasiswi Fikom Universitas Paramadina.
2. Bagi khalayak, menambah wawasan mengenai dunia fashion khususnya perempuan.
3. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

I.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami isi skripsi ini, maka penulis membagi sistematika penulisan menjadi 5 bab. Dimana satu bab dengan bab lainnya merupakan satu rangkaian susunan, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan uraian-uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini berisikan tentang teori-teori yang memiliki hubungan dengan penelitian, serta beberapa definisi seperti komunikasi massa, televisi, media massa, serta teori-teori yang mendukung lainnya. Definisi konsep, kerangka berfikir, hipotesis penelitian juga termasuk di dalamnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode Jenis Penelitian Kuantitatif dengan metode survei Eksplanatif, populasi, sampel dan metode pengumpulan data dengan data primer dan data sekunder, metode analisis kuantitatif serta waktu dan lokasi penelitian. Tabel operasional konsep juga termasuk di dalam bab ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan berisikan penguraian secara mendetail mengenai deskripsi subjek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan berisikan kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**