

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi internet yang semakin pesat, banyak mendorong tumbuhnya kreatifitas industri media televisi dan media massa lainnya dengan berbagai konten yang kompetitif. Televisi di Indonesia sudah cukup banyak seperti, TVRI, Metro TV, Trans TV, TV One, RCTI, SCTV, Indosiar, NET. TV, dan sebagainya. Televisi menyajikan berbagai macam program acara yang ditayangkan, mulai dari berita harian, gosip seputar selebriti, hingga *reality show* yang ditayangkan setiap harinya tanpa henti. Dengan berbagai macam program acara televisi yang terus-menerus menjadikan itu sebuah pengaruh kepada penontonnya terlebih yang tampil di televisi merupakan yang berpenampilan menarik dan berparas cantik serta tampan sehingga mempengaruhi pula *body image* seseorang. Seperti halnya program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* yang ditayangkan di NET. TV setiap Sabtu dan Minggu jam 20.00 WIB.

Televisi merupakan sarana menangkap siaran grafis dalam bentuk audiovisual, serta siaran video disiarkan melalui *broadcasting*. Kata televisi sendiri berasal dari bahasa Yunani yaitu kata "Tele" (jarak) dan "Vision" (garis pandang). Jika ditarik kesimpulan, secara harfiah berarti "melihat dari kejauhan" karena penonton jauh dari studio televisi (Zoebazary, 2010:255). Televisi merupakan salah satu media massa yang memiliki fungsi tersendiri, menurut Wiryanto (2000:21) memiliki fungsi pendidikan, fungsi informasi, fungsi hiburan dan fungsi pengaruh. Persaingan televisi dalam menyajikan program-program yang secara kreatif dibangun untuk merebut segmen pasar penonton di tanah air dengan inovasi sehingga pemirsa tetap pada pilihan acara yang ditayangkan.

NET. adalah salah satu saluran televisi paling populer di kota. NET. merupakan saluran televisi yang sedang berkembang, mencoba menyajikan beberapa program menarik, seperti: *Tonight Show*, *86*, *Breakout*, *Ini Talkshow*, dll. jaringan. Televisi saat ini telah menjadi metode alternatif dalam menonton hiburan di layar. jaringan. Dengan

format dan konten program yang berbeda dari stasiun televisi lain. NET. mengikuti perkembangan teknologi informasi. Pendirian ini didasarkan pada semangat bahwa hiburan dan konten informasi di masa depan akan lebih terkait erat, lebih bersahabat, lebih mendalam, lebih personal, dan lebih mudah diakses. Inilah alasan untuk menggunakan NET. sejak awal. Muncul dengan konsep multi platform sehingga pemirsa dapat mengakses siaran NET. tidak terbatas, kapan saja, di mana saja. (sumber: netmedia.co.id).

Dalam hal konten, NET. Ini berbeda dengan acara televisi yang sudah ada. Sesuai dengan semangat, NET. pertunjukan hiburan NET harus menghibur, dan sebaliknya. Harus berisi fakta, bukan rumor atau gosip. Secara penampilan, NET. muncul dalam gambar yang lebih jelas dan warna yang lebih cerah. jaringan. Sistem *full high definition* (Full-HD) digunakan dari hulu ke hilir (sumber: netmedia.co.id).

Menurut A. Muis, televisi merupakan salah satu alat komunikasi massa, dan televisi memiliki pengaruh yang kuat terhadap pikiran dan perilaku masyarakat. Dilihat dari pengaruhnya terhadap masyarakat, televisi memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan media lain karena performanya yang luar biasa sebagai media audio visual kinesiologi (tontonan, pendengaran dan film). Proses identifikasi optik yang jelas antara audiens tampaknya membuat audiens merasa berada di tempat kejadian, sehingga audiens biasanya menerima informasi secara langsung. Padahal, televisi hanya bisa memberikan siaran informasi dan berita jarak jauh. (2001: 56)

Selama tahun 2020, hasil pantauan Nielsen Television Audience Measurement (NTAM) di 11 kota Indonesia menunjukkan rata-rata penonton televisi mulai meningkat pada bulan Maret 2020, dari *rating* rata-rata 12% meningkat hingga 13,8% atau setara dengan penambahan sekitar 1 juta penonton televisi. Durasi dalam menonton televisi juga mengalami kelonjangan lebih dari 40 menit, berawal 4 jam 48 menit menjadi 5 jam 29 menit per harinya (sumber: nielsen.com). Dengan adanya hal ini, menunjukkan masyarakat Indonesia semakin banyak dan lama menonton televisi pada tahun 2020.

Indonesia's Next Top Model atau disingkat INTM merupakan program acara televisi ajang pencarian bakat model yang didasarkan pada lisensi *America's Next Top*

Model. Para peserta kompetisi menunjukkan bakat dan kemampuannya, meraih gelar *Indonesia's Next Top Model*, dan berkesempatan untuk memulai karirnya di industri modeling. Peserta akan menghadapi tantangan terkait pemodelan berdasarkan konsep yang telah ditentukan sebelumnya dan melalui penilaian juri yang kompeten di bidangnya (sumber: intm.netmedia.co.id).



Gambar 1.1 Logo *Indonesia's Next Top Model*

Sumber: intm.netmedia.co.id

Program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* ditayangkan di NET TV pada pukul 21.30 WIB, mulai tanggal 28 November 2020 hingga saat ini dengan juri-jurinya yakni: Luna Maya, Patricia Gunaran, Deddy Corbuczier, dan Panca Makmun. Program acara televisi ini berbeda tema yang diusung untuk menentukan siapa yang menjadi pemenang setiap episodenya. Jumlah peserta pada *season* ini adalah 16 peserta yang mana akan menunjukkan bakat dan keterampilannya sesuai dengan tema yang diberikan setiap saatnya.



Gambar 1.2 Peserta *Indonesia's Next Top Model*

Sumber: intm.netmedia.co.id

Model atau peraga busana pada dasarnya merupakan seseorang yang dipekerjakan dengan tujuan menampilkan serta mempromosikan mode pakaian atau segala produk sandang manusia, iklan atau promosi untuk berpose karya seni yang bertujuan melahirkan atau memberikan *image* produk yang diperagakan kepada khalayak. Sehingga menjadi seorang model atau peraga busana diwajibkan memiliki beberapa persyaratan dengan tujuan mampu mempromosikan dengan baik dan mampu bekerja sama dengan para *designer*, penata rias, dan lainnya.

Salah satu persyaratan untuk menjadi model adalah berpenampilan menarik, tak menampik bahwa banyak wanita yang berpenampilan menarik tetapi tidak semuanya dapat menjadi model dikarenakan ada persyaratan lainnya yang harus dipenuhi selain berpenampilan menarik, yakni tinggi dan langsing. Dengan tubuh tinggi dan langsing para model dapat memeragakan busana yang dipromosikan dengan baik.

Penulis memilih program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* karena program acara televisi ini setiap eposidenya menampilkan wanita-wanita yang berpenampilan menarik, cantik, tinggi dan langsing. Dengan adanya terpaan wanita-wanita seperti itu di televisi secara terus-menerus bisa saja membuat penontonnya terpengaruh bahwa *body image* wanita yang cantik adalah seperti model-model pada program acara televisi *Indonesia's Next Top Model*.

Menurut Sukamto, dalam industri hiburan, artis yang tampil di televisi berusaha membuat mereka tampil sangat-sangat menarik, dengan bentuk tubuh ideal dan kulit wajah mulus. Dengan cara demikian dapat menjadi modal bagi penonton untuk melihatnya. Mereka meyakini bahwa tubuh ideal adalah pekerjaan yang sulit bagi mereka yang tampil di media massa, karena dianggap menjadi obyek yang menarik perhatian khalayak sehingga banyak orang yang menonton media tersebut. Kebanyakan media massa memberikan seniman atraktif dengan tubuh ideal, yang secara tidak langsung menarik perempuan untuk meniru penampilan artis (2006:301). Sedangkan, menurut Nuruddin, media merupakan alat penting untuk membentuk citra tubuh wanita yang ideal. Media merupakan salah satu kebutuhan pokok umat manusia,

salah satu fungsi utama media adalah untuk menghibur khalayak, dibandingkan dengan fungsi lainnya, media memiliki fungsi yang paling tinggi (2007:69).

Pada hakekatnya wanita ingin tampil sempurna dalam segala aktivitasnya sehari-hari, selain penampilan juga wanita ingin memiliki tubuh yang indah bak bintang model di televisi, internet maupun sosial media. Menurut Meliana, kecantikan dapat dinilai melalui bentuk tubuh yang langsing, berkaki indah, pinggang dan pinggul yang ramping, payudara dan bokong yang besar, serta berkulit putih (2006:1). Akan tetapi seiring berjalannya waktu, standar kecantikan yang dibuat mulai berubah dan menormalkan segala bentuk tubuh serta warna kulit.

Di Indonesia terdapat lebih dari 200 juta penduduk dari Sabang sampai Marauke, tentunya memiliki keadaan geografis yang berbeda-beda serta masyarakatnya yang berbeda-beda. Manusia sendiri pun diciptakan tidak ada yang sama persis bahkan kembar identik pun tidak sama. Dengan perbedaan yang ada di seluruh Nusantara, bentuk tubuh juga salah satunya. Bentuk tubuh masyarakat Indonesia sama halnya seperti di negeri lain, ada yang kurus, ada yang berisi, ada pula yang gemuk, bahkan hingga cenderung berlebihan atau obesitas yang mengkhawatirkan kesehatan tubuh.

Body Image ataupun citra badan bagi Honigam serta Castle ialah cerminan mental seseorang terhadap wujud serta dimensi badannya, gimana seorang mempersepsi serta membagikan evaluasi atas apa yang dipikirkan serta rasakan terhadap dimensi serta wujud badannya, serta atas evaluasi orang lain terhadap dirinya. Apa yang dipikirkan serta dialami sementara itu belum pasti betul-betul mempresentasikan kondisi yang aktual, nampun lebih ialah hasil evaluasi diri sendiri yang bertabiat subjektif (Januar, 2008:53).

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* dikarenakan program acara televisi ini menampilkan perempuan yang bertubuh langsing, ideal, berparas menarik atau cantik, tetapi juga memiliki perbedaan warna kulit dari setiap pesertanya. Seperti yang dikatakan Weaver, komunikasi merupakan seluruh prosedur melalui pikiran seseorang yang dapat mempengaruhi pikiran orang lain (Sutaryo, 2005:45).

Program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dikemas melalui hiburan. Alasan penulis memilih program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* karena program acara televisi ini pertama kalinya hadir di Indonesia dan ajang pencarian bakat model, sebelumnya belum pernah ada ajang pencarian bakat model yang ditayangkan di televisi Indonesia khususnya *Indonesia's Next Top Model*. Penulis menggunakan metodologi kuantitatif di mana akan menyebarkan kuesioner untuk mencari tahu apakah ada pengaruh antara variabel X yakni program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* dan variabel Y *body image* menggunakan teori kultivasi.

Universitas Bhayangkara merupakan salah satu kampus swasta yang memiliki Fakultas Ilmu Komunikasi yang mana sangat tidak asing dengan industri kreatif televisi, serta letak lokasi universitas di pusat Kota Bekasi yang sangat strategis sehingga angka urbanisasi di Kota Bekasi sangat tinggi. Tidak dipungkiri banyak akses untuk mempelajari dan mendalami lebih lanjut kebudayaan, gaya pakaian, hingga cara pandang dikarenakan mudahnya mengakses media massa dan internet.

Penulis memilih mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara angkatan 2017 dikarenakan angkatan 2017 lebih aktif, kreatif dan kritis dalam segala hal dinilai dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan di area kampus selama beberapa tahun terakhir. Mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara angkatan 2017 juga tertarik di bidang *fashion* karena dapat dilihat dari pakaian-pakaian yang dikenakan sehari-hari untuk berkuliah maupun nongkrong dengan teman-teman. Tempat untuk nongkrong pun yang didatangi oleh mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara angkatan 2017 sangat *eye catching* dan kafe-kafe ternama di Bekasi maupun Jakarta.

Mahasiswa Universitas Bhayangkara juga tidak hanya dari sekitar Bekasi saja, tetapi banyak juga yang dari daerah lain merantau bersama orang tuanya dan menetap di Bekasi serta menjadikannya Universitas Bhayangkara pilihannya untuk menempuh pendidikan strata I. Dengan keberagaman ini pula penulis melakukan pra-survey kepada 10 mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara angkatan 2017 berjenis kelamin perempuan dengan memberikan 5 pertanyaan seputar program

acara televisi *Indonesia's Next Top Model* serta cara pandang mereka melihat bentuk tubuhnya setelah menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model*.

Pertanyaan pertama meliputi pengetahuan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara mengenai program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* yang berbunyi “Apakah Anda pernah menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model*?”. 10 mahasiswa menjawab “Ya” yang berarti pernah menonton dan melihat program acara televisi *Indonesia's Next Top Model*.

Pertanyaan kedua meliputi sejauh mana mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara mengikuti program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* yang berbunyi “Apakah Anda menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* dari episode awal hingga kini?”. 8 mahasiswa menjawab “Ya”, sedangkan 2 lainnya menjawab “Tidak” yang berarti 8 mahasiswa mengikuti program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* dari episode awal hingga saat ini berlangsung.

Pertanyaan ketiga meliputi cara pandang mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara terhadap tubuhnya sendiri setelah menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* yang berbunyi “Apakah setelah Anda menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* mempengaruhi cara pandang Anda terhadap tubuh Anda sendiri?”. 10 mahasiswa menjawab “Ya” yang berarti setelah menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* mempengaruhi cara pandang mereka terhadap tubuhnya sendiri.

Pertanyaan keempat meliputi keinginan merubah bentuk tubuh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara setelah menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* yang berbunyi “Apakah setelah Anda menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* ingin merubah bentuk tubuh Anda?”. 7 mahasiswa menjawab “Ya”, sedangkan 3 lainnya menjawab “Tidak” yang berarti setelah menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* 7 mahasiswa berkeinginan merubah bentuk tubuhnya dan 3 lainnya tidak.

Pertanyaan kelima meliputi kepercayaan diri mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara setelah menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* yang berbunyi “Apakah setelah Anda menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* membuat Anda tidak percaya diri dengan tubuh Anda? Atau menjadi percaya diri?”. 8 mahasiswa menjawab “Tidak percaya diri”, sedangkan 2 lainnya menjawab “Percaya diri” yang berarti setelah menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* 8 mahasiswa menjadi tidak percaya diri akan tubuhnya dan 2 mahasiswa menjadi percaya diri dengan tubuhnya.

Berdasarkan latar belakang dan pra-survey di atas, penulis bermaksud untuk mengkaji tentang **Pengaruh Program Acara Televisi *Indonesia's Next Top Model* terhadap *Body Image* Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara.**

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Hasil pra-survey membuktikan permasalahan dalam penelitian ini yakni, penayangan program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* yang berulang kali dan menampilkan wanita berparas cantik serta bertubuh langsing ideal yang secara terus menerus adanya pengaruh terhadap tubuh penontonnya itu sendiri, seperti:

1. 10 mahasiswa menjawab “Ya” setelah menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* mempengaruhi cara pandang mereka terhadap tubuhnya sendiri,
2. 7 mahasiswa menjawab “Ya”, sedangkan 3 lainnya menjawab “Tidak” setelah menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* 7 mahasiswa berkeinginan merubah bentuk tubuhnya,
3. 8 mahasiswa menjawab “Tidak percaya diri”, sedangkan 2 lainnya menjawab “Percaya diri” yang berarti setelah menonton program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* 8 mahasiswa menjadi tidak percaya diri akan tubuhnya.

Dengan demikian, penulis ingin mengkaji lebih lanjut mengenai pengaruh program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* terhadap *body image* mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara.

1.3 Rumusan Masalah Penelitian

Sebagaimana latar belakang penelitian yang telah penulis uraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Seberapa besar Pengaruh Program Acara Televisi *Indonesia's Next Top Model* (X) Terhadap *Body Image* (Y) Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan pada pertanyaan penelitian yang sudah dikemukakan adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh program acara televisi *Indonesia's Next Top Model* terhadap *body image* mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara.

1.5 Kegunaan penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah memperkaya kajian atau menambah referensi di bidang Ilmu Komunikasi khususnya mengenai program acara televisi dan *body image* bahwa terdapat pengaruh dalam program acara televisi terhadap *body image* melalui teori dan metodologi yang terkait dengan penelitian

1.5.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah menambah pengetahuan dan wawasan bahwa dalam program acara televisi memiliki pengaruh yang penting pada *body image* seseorang dalam melihat tubuh dirinya sendiri.



