

MAKNA FASHION PEMBAWA ACARA PROGRAM KRIBO DI MNC TV (Studi Semiotika Pierce Episode Secangkir Kopi Hitam)

Agung Raharjo¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika

ABSTRACT

The television show has its own characteristics which give strength and appeal on the television broadcast . One of the teams in the industry is the host of the television program Kribo in MNCTV. As for the meaning of fashion which can be explained from the theory of "semiotics Pierce" as icons , indices and symbols . namely the episode consisted of a cup of black coffee head using frizzy hair wig , clothes worn then use the concept of the 70s . In this study using a qualitative methodology, and then using the critical paradigm and writers critiquing fashion sense emcee Pierce semiotic program Kribo consisting icon, index, and symbols. As defined semiotics Pierce is getting comfort in program Kribo hosted and will be closer to the viewers as well as the speaker , so it looks more formal and there is no restriction or impediment whatsoever to get to know and interact to all sources by wearing the fashion era of the 60 's and 70's in particular in the event program Kribo in MNCTV.

Keyword: Fashion, Semiotics, Host, Kribo

1 PENDAHULUAN

Munculnya media televisi dalam kehidupan manusia menghadirkan suatu peradaban, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Globalisasi informasi dan komunikasi setiap media massa jelas menghadirkan suatu aktifitas sosial yang bermuatan perubahan nilai-nilai sosial dan budaya manusia. Kemampuan televisi dalam menarik perhatian masih menunjukkan bahwa media tersebut adalah media yang menguasai jarak secara geografis dan sosiologis.

Acara televisi sampai saat ini masih terbilang cukup kuat dibandingkan dengan radio dan surat kabar. Hal ini terjadi karena kekuatan audiovisual televisi telah menyentuh segi-segi kejiwaan pemirsa. Dan pada intinya media televisi telah menjadi cerminan budaya tontonan bagi pemirsa dalam era informasi dan komunikasi yang semakin berkembang pesat. Dalam dunia televisi, pembawa acara mempunyai arti dan pengaruh lebih besar. Kekuatan pembawa acara di televisi mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam penyampaian kepada masyarakat. Masing-masing tayangan televisi mempunyai karakteristik tersendiri yang memberikan kekuatan dan daya tarik pada siaran televisi tersebut. Salah satu tim dalam industri televisi adalah pembawa acara. Pembawa acara memegang peranan penting dalam penyampaian informasi yang akurat sehingga menjadi menarik. Selain itu pembawa acara juga harus memiliki gaya kreativitas dan skill yang baik.

MNC TV pada awalnya menggunakan nama TPI. Nama ini digunakan sejak TPI sendiri didirikan pada tahun 1990 di Jakarta, sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa penyiaran televisi di Indonesia. TPI merupakan perusahaan swasta ketiga yang mendapatkan izin penyiaran televisi pada tanggal 1 Agustus 1990, dan sebagai stasiun televisi pertama yang mendapat izin penyiaran secara nasional. TPI mulai beroperasi secara komersial sejak tanggal 23 Januari 1991. Pada bulan Juli 2006, Media Nusantara Citra (MNC) mengakuisisi 75 % saham TPI. Kini TPI yang menggunakan nama MNC TV telah resmi menjadi salah satu televisi yang dikelola MNC yang juga merupakan induk dari RCTI dan Global TV.

MNC TV merupakan salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia yang memulai siarannya kembali pada tanggal 20 Oktober 2010 dengan *tag-line* atau slogan "Selalu di Hati". Logo dan merek perseroan MNC TV diharapkan dapat memperluas pangsa pasar dan pemirsa dari stasiun ini. Dengan kehadiran MNC TV, publik dapat menyaksikan peningkatan kualitas dan keragaman tayangan sebagai hasil dari komitmen untuk memperbaiki kerja dan budaya perseroan.

KRIBO (Kritis Heboh) adalah salah satu program MNC TV yang berbeda karena karakter dan tampilannya dikemas secara unik dibanding program MNC lainnya ataupun program stasiun televisi yang lain.

2 LANDASAN TEORI

Komunikasi massa menurut Mulyana (2001:17) komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditunjukkan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat dan selintas. Penulis memahami bahwa komunikasi terbentuk dari penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan dari diri sendiri dan orang lain dengan tujuan tertentu. Serta komunikasi yang menggunakan media massa sebagai perantara untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.

Semiotika adalah ilmu tanda, istilah ini berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti "tanda". Winfried Noth (1993 : 48 – 50) menguraikan asal-usul kata semiotika secara etimologi semiotika dihubungkan dengan kata Yunani *sign = sign* dan *signal = signal*, *sign* . selanjutnya Tanda terdapat dimana-mana : 'kata' adalah tanda, demikian pula gerak isyarat, lampu lalu lintas, bendera dan sebagainya. Struktur karya sastra, struktur film, bangunan(arsitektur) atau nyanyian burung dapat dianggap sebagai tanda. Segala sesuatu dapat menjadi tanda.

Menurut Peirce, Semiotika dibagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). Saussure mengembangkan bahasa sebagai suatu sistem tanda. Bahasa adalah alat komunikasi yang terdiri atas sejumlah ujaran yang masing-masing dilihat sebagai tanda, yakni satuan yang terdiri atas dua muka yaitu *significant* (citra bunyi, *signifier* atau penanda) yang harus disertai oleh *signifie* (makna, konsep, *signified* atau petanda). Suatu ujaran hanya berlaku sebagai tanda jika terdiri atas penanda dan petanda (Widjojo, 2004: 45). Sementara itu, Peirce melihat tanda sebagai suatu proses kognitif yang berasal dari apa yang ditangkap oleh pancaindra .Peirce (2007 : 40)

Dalam hal ini penulis memahami bahwa pemikiran semiotika pierce membagi tanda atas *icon* (ikon) , *index* (indeks), dan *symbol* (simbol), yaitu Ikon adalah sebagai tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Indeks adalah sebagai tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan, misalnya asap sebagai tanda adanya api. Tanda seperti itu adalah tanda konvensional yang biasa disebut simbol. Jadi, simbol adalah sebagai tanda yang menunjukkan

hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya. Dengan demikian, tanda adalah sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain pada batas-batas tertentu.

3 METODE

Didalam penelitian ini penulis menggunakan metodologi kualitatif, lalu menggunakan metode paradigma kritis. Sesuai dengan rumusan masalah pada bagian Bab I maka penulis mengkritisi makna fashion pembawa acara program kribu dengan semiotika Peirce yang terdiri icon (ikon), index (indeks), dan symbol (simbol).

4 PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan penelitian dalam bentuk analisa mengenai makna fashion pembawa acara program Kribu di MNCTV yang menggunakan semiotika Peirce terdiri icon. (ikon), index (indeks), dan symbol (simbol). maka, penulis menyimpulkan bahwa Program kribu ini yang kita kaji dengan teori semiotika Peirce icon. (ikon), index (indeks), dan symbol (simbol).



Gambar.1. Fashion Si Ule selaku pembawa acara program Kribu di MNCTV saat bersama narasumber, yakni Calon Gubernur (Cagub) Joko Widodo.

Maka, secara keseluruhan bahwa si Ule atau si pembawa acara program kribu di MNCTV dalam episode secangkir kopi hitam yang menggunakan fashion era 60 dan 70an yang terdiri dari Wig (rambut palsu berbentuk kribu), kemeja lengan panjang, celana panjang cutbray dan sepatu Boot, akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat, kemudian bisa lebih dekat dengan narasumber, lalu bisa menjangkau akses jalanan yang berkondisi kering dan lembab jika berada dilokasi yang curah

hujannya tinggi, dan tampilannya akan terlihat sederhana tetapi berkelas.

Gambar.2. Penulis dan team sedang mengambil gambar untuk produksi hasil karya bersama si Ule pembawa



Acara program acara kribo.

Ucapan Terima Kasih

Pembimbing Skripsi penulis, yakni Irwanto, M.IKom dan Ita Suryani, M.Ikom. selain itu ada Zita Hapsari selaku Executive Produser Kribo MNC TV, Purwadi selaku Produser Kreatif Kribo MNC TV, Ule kribo selaku Presenter Kribo MNC TV, serta staff MNC TV. Tak lupa kepada Orangtua penulis, Bibit Mawardi dan Sunti wulandari, serta istri penulis, Nuryati.Amd. yang telah mendukung prosos dalam menyusun skripsi penulis.

PUSTAKA

- A. Devito, Joseph. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Profesional book.
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Budiman Kris, “*Ikonitas Semiotika Sastra Dan Seni Visual*”, Buku Baik, Yogyakarta, 2005, h.12.
- Danesi Marcel, “*Pengantar Memahami Semiotika Media*”, Jelasutra, Yogyakarta, 2010, h.3.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran, Strategi mengelola radio dan televisi*. Jakarta: Kencana
- Morissan. 2008. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*, Yogyakarta: Pinus book Publisher.
- Wahyudi, J.B. 1985. *Jurnalistik Televisi, Tentang dan Sekitar Siaran Berita TVRI*. Bandung.
- Sobur Alex , “*Semiotika Komunikasi*”, Remaja Rosdakarya, Bandung, Cet. k-3-2006, h. 13.
- Marcel Danesi, “*Pengantar Memahami Komala*, Lukita. 2004. *Komunikasi Massa*. Bandung: Sibioasa Rekatama Media.
- Subroto, Darwanto Sastro. 1994. *Produksi Acara Televisi*. Jakarta: Duta Wacana University Press.
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.