

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Era teknologi informasi dan komunikasi serta literasi digitalisasi yang berkembang luar biasa pada saat ini berdampak kepada aspek kehidupan manusia antaranya kehidupan yang berhubungan dengan *fashion*. Salah satu perkembangan teknologi yaitu internet yang menghadirkan perubahan dalam menampilkan maupun menginformasikan *fashion*. Dengan adanya internet ini, *fashion* dapat dinikmati di berbagai media baru seperti *facebook*, *youtube*, *instagram*, *twitter*, *blog*, *majalah online*, *surat kabar online*, dan *website*. Berdasarkan hasil survey dari perspektif media, sebanyak 98,75% orang berpendapat bahwa era media baru memiliki peran besar dalam mempromosikan mode dan budaya populer (Zhu & Chen, 2022:374). Hal ini dibuktikan sebanyak 84,33% orang mengenal salah satu *fashion item* yaitu *bralette* melalui platform media baru, sementara hanya 8,46% orang yang mengenal *bralette* melalui TV, surat kabar, dan media konvensional lainnya (Zhu & Chen, 2022:374). Dengan adanya perkembangan teknologi menghasilkan media baru dan telah banyak digunakan dibandingkan dengan media konvensional. Hal ini dapat menjadi wadah baru seorang desainer dalam memperkenalkan *fashion* maupun cerita dari karya mereka.

Munculnya media baru memungkinkan orang untuk mengekspresikan diri mereka melalui *blog*, *situs web*, *video*, *gambar*, dan *media buatan pengguna lainnya* (Sabreena Banerjee, 2021:6). Menurut Beatrice Bloom selaku Presiden dan Director London Fashion Film Festival mengatakan bahwa *fashion* merupakan medium visual yang selalu mencari saluran baru untuk berkomunikasi tentang pesan-pesanya (B. Bloom, n.d.). Pesan *fashion* dapat disampaikan melalui gerakan, karakter, *wardrobe* maupun *accessories* yang dikenakan serta kolaborasi antara model, desainer atau produser dengan pesan yang ingin disampaikan melalui *fashion* itu sendiri. Hal itu menarik mengingat *fashion* dapat menciptakan narasinya sendiri (Aqiella, 2021:4). Sehingga *fashion* membutuhkan wadah khusus yang

dapat menginformasikan tentang pesannya sesuai dengan perkembangan teknologi dan komunikasi masa kini yang serba digital.

Kebutuhan akan wadah baru yang dapat mengolah semua informasi atau pesan *fashion* baik dalam bentuk visual, audio, audiovisual, gambar, gerakan, video, tulisan, music, serta efek yang hanya dapat diciptakan melalui teknologi seperti CGI menjadi satu dan dapat ditampilkan dalam media yang sama. Penggabungan ini dikenal dengan istilah konvergensi media. Konvergensi media juga berarti suatu usaha untuk menggabungkan media konvensional dan media baru untuk menyebarkan berita, informasi dan hiburan (Muqsith, 2021:38). Menurut Dahlan (2010) dalam (Murwani, 2012:24) menjelaskan bahwa konvergensi media dengan satu format digital, maka semua jenis informasi yang berupa tulisan, suara, gerak, gambar diam dan video dapat disatukan dalam proses teknologi informasi dan komunikasi yang sama dan ditampilkan melalui satu media yang sama. Dengan adanya konvergensi media membuat sebuah informasi dapat diterima secara utuh dan menghasilkan media baru di bidang *fashion* yang membutuhkan cara baru dalam menyampaikan informasi *fashion*.

Media komunikasi terbaru di bidang *fashion* dikenal dengan istilah *fashion film*. Menurut Nick Rees-Roberts (2018:5-6) *fashion film* sebagai bentuk teks diskrit dari gambar bergerak yang berevolusi sebagai bentuk kecil pembuatan film selama abad kedua puluh untuk menampilkan pakaian modis yang telah ditantang oleh ekspansi konvergensi media digital dan meningkatnya kepentingan untuk merek mode akan konten video di media sosial yang lebih interaktif. *Fashion film* sebagai bentuk media baru dipelopori dan dipopulerkan oleh fotografer *fashion* di Inggris dan pembuat film yaitu Nick Night serta mendirikan platform *fashion film*-nya sendiri yaitu SHOWstudio pada tahun 2000 (Wang & Juhlin, 2017:3). Di Indonesia sendiri *fashion film* baru dikenal melalui lokakarya kerja sama antara Jakarta Fashion Week 2014 dengan *British Council* yang bertajuk *Fashion Film: Dressing on the Screen*. Loka karya tersebut bertujuan membantu designer untuk memahami *fashion film* (Mahmudah, 2013). Menurut Rendy Surindapati yang merupakan seorang videographer mengatakan bahwa *fashion film* ini akan *booming* di Indonesia seiring dengan semakin banyaknya orang yang bosan melihat iklan komersial yang terlalu menonjolkan produk (*hard selling*) (Dini, 2013). Dengan

adanya *fashion film*, berbagai macam modifikasi dan manipulasi gambar dapat dicapai dengan efek gambar digital menggunakan media baru (Kim, 2020). *Fashion film* menambah ragamnya media baru yang ada di Indonesia dan hal ini mungkin belum diketahui khususnya di Universitas Negeri Jakarta yang memiliki jurusan dibidang *fashion*.

Menurut Aqiella (2021:1) bahwa *fashion film* telah menjadi salah satu media baru dalam komunikasi di masa sekarang dan *fashion film* dijalin ke dalam jaringan yang lebih luas dalam dunia *fashion*. Ditemukan dalam channel youtube Christian dior sebanyak 697 *fashion film* yang sudah diunggah dan berisi tentang kepekaan merek, konsep musim, filosofi desain, simbol serta warisan, dan identitas merek (Baek & Bae, 2020:719). Akan tetapi hal ini bertolak belakang dengan hasil survey yang mengatakan bahwa sebanyak 73% desainer belum merealisasikan *fashion film* sebagai alternatif untuk mempromosikan maupun memperkenalkan brand mereka dibandingkan 27% desainer lainnya (Arte, 2020:43). Artinya perlu adanya pengenalan tentang *fashion film* mengingat *fashion film* masih terdengar baru di Indonesia dan belum banyak penelitian yang membahas tentang *fashion film*. Ditambah penggunaan media baru sudah menjadi konsumsi sehari-hari, sehingga berdampak pada semakin berkurangnya rasa keingintahuan untuk menyelidiki lebih lanjut (Arianto, 2021). Hal ini perlu diketahui khususnya Pendidikan yang bergerak dibidang *fashion* karena pengetahuan ini dapat diberikan kepada mahasiswa yang nantinya akan bekerja di bidang industri *fashion* salah satunya menjadi desainer karena ia akan mengarahkan, merencanakan, serta mempersiapkan apa yang sudah dipelajari menjadi karya yang dapat dinikmati melalui pakaian.

Sebagai mahasiswa Pendidikan tata busana penting sekali untuk mengetahui tentang *fashion film* sebagai media baru di bidang *fashion*. Menurut Sinaga (2021:94) ia mengatakan bahwa *fashion film* sebaiknya diperkenalkan untuk mempromosikan karya mahasiswa pada mata kuliah yang cenderung pada penilaian busana yang sudah diproduksi dan ditampilkan dalam sebuah *fashion show* agar dapat dilihat oleh pihak luar sebagai kolaborasi dengan hasil karya mata kuliah tersebut. Oleh karena itu perlunya pengetahuan pada ranah kognitif untuk dapat memahami, menerapkan, menganalisis serta mengevaluasi *fashion film* agar dapat dioptimalkan dengan baik dan dimanfaatkan di beberapa mata kuliah yang

menghasilkan produk ataupun karya mahasiswa salah satunya yaitu mata kuliah pagelaran busana. Mata kuliah Pagelaran Busana adalah mata kuliah wajib yang bertujuan agar mahasiswa mampu menyelenggarakan pagelaran busana mulai menjelaskan konsep dasar *show management*, menentukan tema, membentuk kepanitiaan untuk *fashion show*, membuat job deskripsi masing bidang, melaksanakan *fashion show* dan mengevaluasi *fashion show* (*Pedoman Akademik 206/2017 Fakultas Teknik*, 2016). Menurut Nadzma Izdhihar selaku ketua pelaksana UFE 2022 mengatakan bahwa UNJ Fashion Event merupakan salah satu mata kuliah wajib dalam jurusan pendidikan tata busana Universitas Negeri Jakarta dimana mahasiswa menunjukan desain koleksi terbaiknya kepada publik (*UNJ Fashion Event 2022*, 2022:6). Penyelenggaraan ini nantinya akan diperkenalkan melalui video pendek yang disebar di berbagai media dan hal tersebut dapat menjadi wadah bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan *fashion film*.

Dengan mengetahui *fashion film* sebagai media baru di bidang *fashion*, mahasiswa tidak hanya menjadi desainer tetapi juga creator dalam membuat sebuah konten berupa video pendek khususnya yang menginformasikan maupun memperkenalkan *fashion* serta dapat menggunakannya secara optimal. Menurut Muqsith (2021:38) pendidikan sekarang harus mampu merespon tantangan perubahan yang salah satunya diakibatkan oleh merebaknya media konvergen terutama untuk jenjang pendidikan tinggi. Hal ini dipertegas oleh Jenkins et al (2006) dalam (Murwani, 2012:25-26) bahwa perlu adanya perhatian di sistem Pendidikan yakni terkait dengan peluang generasi muda untuk mengakses dan berpartisipasi, kapasitas untuk evaluasi kritis terhadap isi media, dan memahami nilai-nilai etika yang diperlukan untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial yang kompleks di dunia online. Sehingga diperlukannya pengetahuan mengenai *fashion film* sebagai media baru di bidang *fashion*.

Penyelenggaraan UNJ Fashion Event sebenarnya telah menggunakan video pendek yang menampilkan karya busana mahasiswa sebagai alat untuk mempromosikan acara diberbagai media sosial dimana video pendek ini merupakan *fashion film*. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengetahui pengetahuan mahasiswa Pendidikan tata busana mengenai *fashion film* sebagai media baru di bidang *fashion*. Di negara maju, penelitian tentang *fashion*

*film* telah banyak dilakukan dan dimanfaatkan oleh brand *fashion* ternama dunia. Salah satunya yaitu brand prada yang merupakan pionir dalam memproduksi *fashion film* dalam bentuk film seni independent (Beom & Yim, 2018:67). Namun, penelitian mengenai *fashion film* khususnya di Indonesia belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, perlu dilakukannya penelitian ini. Pengetahuan tentang *fashion film* akan diukur berdasarkan ranah kognitif taksonomi bloom yang telah direvisi oleh Krathwohl dan Anderson meliputi memahami, menerapkan, menganalisis, dan mengevaluasi (B. S. Bloom et al., 2001). Diharapkan dapat memberikan dampak yang positif dengan mengetahui tingkat pengetahuan mahasiswa di bidang busana mengenai *fashion film* sehingga mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi sesuai dengan perkembangan zaman.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengetahuan mahasiswa pendidikan tata busana tentang *fashion film* pada ranah kognitif?
2. Bagaimanakah pengetahuan mahasiswa pendidikan tata busana dalam memahami pengetahuan tentang *fashion film*?
3. Bagaimanakah pengetahuan mahasiswa pendidikan tata busana dalam menerapkan pengetahuan tentang *fashion film*?
4. Bagaimanakah pengetahuan mahasiswa pendidikan tata busana dalam menganalisis pengetahuan tentang *fashion film*?
5. Bagaimanakah pengetahuan mahasiswa pendidikan tata busana dalam mengevaluasi pengetahuan tentang *fashion film*?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka pembatasan pada penelitian ini yaitu:

1. Pengetahuan dibatasi pada ranah kognitif menggunakan revisi taksonomi bloom oleh Krathwohl dan Anderson meliputi, memahami, menerapkan, menganalisis, dan mengevaluasi
2. Pengetahuan akan diberikan kepada mahasiswa angkatan 2018 yang telah menempuh mata kuliah pagelaran busana.
3. Pengetahuan tentang *fashion film* akan dibatasi pada materi pengertian *fashion film*, ciri-ciri *fashion film*, jenis *fashion film*, bentuk *fashion film*, proses pembuatan *fashion film*, manfaat *fashion film* dan *fashion film* sebagai media baru.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah, maka rumusan masalah yang ada pada penelitian ini, yaitu “Bagaimanakah pengetahuan mahasiswa Pendidikan tata busana tentang *fashion film* sebagai media baru di bidang *fashion*?”

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa Pendidikan tata busana tentang *fashion film* sebagai media baru di bidang *fashion*

#### **1.6 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, diantaranya sebagai berikut:

##### **1. Bagi peneliti**

Penelitian ini dapat mengetahui gambaran tentang *fashion* yang terus berkembang dengan kemajuan teknologi dan informasi menghasilkan *fashion film* yang merupakan media baru di bidang *fashion*

##### **2. Bagi perguruan tinggi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah fakta dan data mengenai *fashion* yang mudah berkembang sesuai dengan perkembangan zaman khususnya pengetahuan tentang *fashion film* sebagai media baru di bidang *fashion*

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengetahui gambaran mengenai *fashion film* serta dapat dijadikan bahan informasi dan referensi pada penelitian selanjutnya.

