

**TV PROGRAM FASHION TENDANCE 2005
DENGAN TEMA ECLECTIC CHARM
(EPISODE TREND FASHION DI KOTA BANDUNG)**

TUGAS AKHIR

**DIAJUKAN SEBAGAI PERSYARATAN UNTUK
MENEMPUH UJIAN SIDANG AKHIR DIPLOMA III
SERTA MEMPEROLEH GELAR AHLI MADYA
PROGRAM STUDI DESAIN MULTIMEDIA
FAKULTAS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

OLEH :

**R RYAN SEBASTIAN
NRP 10.02.034**



**UNIVERSITAS WIDYATAMA
2005**





LEMBAR PERSETUJUAN REVISI

**FASHION TENDANCE 2005 “ECLECTIC CHARM”
Eps. TREND FASHION DI KOTA BANDUNG**

**Persetujuan Tugas Akhir Setelah Proses Revisi
Untuk Didokumentasikan Secara Resmi**

**R. RYAN SEBASTIAN
NPM. 10.02.034**

Bandung, 26 September 2005

Menyetujui:

**Ketua Program Studi
Desain Multimedia,**

**Pemeriksa
Tugas Akhir Multimedia,**

TUBAGUS ZUFRI, S.Sn.

JAJANG SUPRIYADI, S.Sn.



Certified Management System
DIN EN ISO 9001 : 2000



ROISAP
www.roisap.org

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirahim....

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan laporan tugas akhir. Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memperoleh gelar ahli madya pada jenjang Diploma III

Dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini saya telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu saya mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu terutama kepada keluarga dan teman-teman. Dengan bantuan mereka, tugas akhir saya yang berjudul **TV Program Fashion Tendance 2005 dengan tema "ECLECTIC CHARM"** episode trend fashion di kota bandung, ini bisa selesai pada waktunya.

Pada penyusunan laporan tugas akhir ini masih kurang sempurna hal ini disebabkan oleh kemampuan dan pengetahuan yang kurang. Maka saya mohon maaf atas segala kekurangannya. Saya sangat menghargai sekali apabila ada kritik maupun saran yang membangun sehingga bisa dimanfaatkan di masa yang akan datang. Akhir kata, saya berharap semoga laporan tugas akhir ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya sebagai referensi. Terima Kasih.

Bandung, Agustus 2005

R Ryan Sebastian

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSIDANGAN

LEMBAR ASISTENSI 1 (DOSEN PEMBIMBING 1)

LEMBAR ASISTENSI 2 (DOSEN PEMBIMBING 2)

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan dan Pembatasan Masalah	3
1.2.1 Pembatasan Masalah	3
1.2.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan	4
1.3.1 Maksud	4
1.3.2 Tujuan	5
1.3.2.1 Eksternal	5
1.3.2.1 Internal	5
1.4 Pemberi Tugas	6
1.5 Sistematika Penulisan	6

BAB II ANALISA MASALAH

2.1 Tinjauan Teori	8
2.1.1 Pengertian Tv Program	8
2.1.2 Jenis Tv Program	9
2.1.3 Format	9

2.1.4	Televisi dan Masyarakat	10
2.1.5	Kehadiran Televisi	10
2.1.6	Fungsi Televisi	11
2.1.7	Pengaruh terhadap Masyarakat	11
2.1.8	Kebudayaan	12
2.1.9	Pop Art	13
2.2	Tinjauan Masalah	14
2.3	Analisis SWOT	26
2.4	Sasaran	28
2.4.1	Distribusi	28
2.4.2	Target Audience	28
2.4.3	Segmentasi Demografi,	29
2.4.4	Segmentasi Psikografi,	29

BAB III PEMECAHAN MASALAH

3.1	Konsep Desain	30
3.2	Konsep Visual	31
3.2.1	Konsep Warna	31
3.2.2	Konsep Tipografi	32
3.2.3	Konsep Transisi	33
3.2.4	Konsep Editing	33
3.2.5	Pra Produksi	34
3.2.5.1	Penulisan Storyline	34
3.2.5.2	Storyboard.....	35
3.2.5.3	Waktu Pengambilan Scene	35
3.2.6	Produksi	37
3.2.6.1	Pengambilan Gambar	38
3.2.6.2	Catatan Waktu dan Adegan yang sudah diselesaikan	39
3.2.7	Pasca Produksi	39
3.2.7.1	Capturing	39

3.2.7.2	Pemotongan Stock Movie/Editing	40
3.2.7.3	Final Cut dan Penambahan Effect Audio/Video	40
3.2.7.4	Output Transfer	43
3.3	Konsep Audio	44
BAB IV RINCIAN TUGAS		
4.1	Cakupan Teknis Yang Dikerjakan	54
4.2	Identifikasi TV Program	54
4.3	Materi Isi	55
4.3.1	Opening	55
4.3.2	Content 1.....	56
4.3.3	Content 2.....	56
4.3.4	Klimaks dan Closing	56
4.4	Story Line	56
4.4.1	Opening, berdurasi sekitar 5 menit	56
4.4.2	Content 1, berdurasi sekitar 5 menit	57
4.4.3	Content 2, berdurasi sekitar 8 menit	57
4.4.4	Klimaks dan Closing, berdurasi sekitar 6 menit 43 detik	58
4.5	Sinopsis	58
4.6	Contoh Visual.....	59

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR ISTILAH

LAMPIRAN

SURAT PENGANTAR OBSERVASI

SURAT KETERANGAN OBSERVASI

UCAPAN TERIMA KASIH 2

LEMBAR PERSETUJUAN REVISI

BIOGRAFI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

TV Program pada jaman sekarang ini bermacam-macam sekali bentuknya mulai dari *entertainment, infotainment, fashion*, pariwisata dan lain sebagainya. Bentuk *TV Program* yang akan diambil oleh penulis mengangkat tema mengenai *fashion*. Tayangan *TV Program* mengenai *fashion* ini memang sudah ada tetapi isi-nya kurang berbobot dan kurang bervariasi, hal inilah yang memotivasi penulis untuk membuat tayangan *TV Program* mengenai *fashion*. Dengan *TV Program* masyarakat dapat melihat secara langsung perkembangan dan trend *fashion* yang terjadi di tanah air melalui gambar yang hidup dibantu oleh presenter dan narasi sebagai penjelasan dari gambar yang ditampilkan.

TV Program yang berisikan tentang *fashion* yang berkembang di Indonesia ini akan memberikan informasi kepada masyarakat tentang trend yang terjadi di tahun 2005. Selain itu dengan adanya *TV Program* masyarakat dapat mengetahui sampai dimana perkembangan *fashion* di tanah air dan lebih mencintai serta menggunakan produk dalam negeri. Dengan semakin banyaknya pengusaha-pengusaha di bidang *fashion* atau *mode* akan membuat dunia *fashion* di Indonesia semakin ramai.

Kemajuan jaman serta berkembangnya teknologi menjadi salah satu faktor pendukung berkembangnya *fashion* di tanah air apalagi ditambah dengan adanya acara-acara di televisi. Acara-acara televisi ini tidak hanya berasal dari dalam negeri tetapi banyak juga yang berasal dari luar negeri. Hal ini memang membawa pengaruh besar bagi perkembangan *fashion* di Indonesia. Saat ini *budaya fashion* yang berkembang di Indonesia merupakan campuran dengan

budaya luar negeri, mau tidak mau itulah yang menjadi kecenderungan fashion di Indonesia saat ini.

Pencampuran budaya-budaya yang berbeda inilah yang disebut dengan *eclectic* yaitu pengambilan dari sana-sini. Itulah tema yang diambil oleh penulis dalam TV Program yang berjudul *fashion tendance 2005* ini. Untuk episode kali ini penulis akan mengupas tentang trend yang terjadi di kota Bandung. Pencampuran budaya-budaya yang berbeda seperti ini dapat terlihat pada *distro-distro* dan *factory-factory outlet* yang berkembang di Bandung.

Distro adalah singkatan dari *distribution outlet*, sebuah tempat yang menyediakan tempat untuk menjual barang-barang lokal buatan anak negeri dengan 'harga terjangkau'. Barang-barang yang dijual di distro-distro bervariasi dari mulai pakaian sampai aksesoris yang dikonsumsi oleh remaja-remaja atau ABG (Anak Baru Gede) sekarang ini. Sedangkan *factory outlet* menjual pakaian-pakaian dan aksesoris dengan merk-merk terkenal dari dalam dan luar negeri dengan harga yang miring.

Musik dan olahraga sangat erat kaitannya dengan *fashion* yang sedang *trend* saat ini, begitu pula dengan yang terjadi di *distro-distro* yang berada di kota Bandung ini. *Trend* yang dianut oleh *distro-distro* yang berkembang saat ini adalah *budaya pop*. Seperti yang kita tahu *budaya pop* ini berasal dari barat tetapi saat ini *budaya pop* sudah merupakan campuran dari budaya barat dan timur. Selain *budaya pop* yang berkembang pada *trend* saat ini adalah kembali ke jaman dulu atau *back to oldiest*. Pakaian-pakaian *back to oldiest* ini banyak ditemui di *factory outlet*.

Distro-distro dan *factory-factory outlet* ini banyak ditemukan di kota Bandung. Untuk *factory-factory outlet* banyak berkumpul di kawasan dago Bandung atau di jalan Ir.H. Juanda dan jalan Martadinata. Kota Bandung ini setiap akhir minggu atau hari libur selalu dipenuhi oleh wisatawan-wisatawan lokal yang ingin berkunjung ke *distro* dan *factory outlet*. Bandung juga

merupakan kota yang penuh dengan para *perancang* atau *desainer* muda berbakat oleh karena itu pada acara *TV Program* ini akan menayangkan acara fashion show yang diisi oleh *perancang* dari *asosiasi perancang dan pengusaha mode Indonesia*.

Di dalam dunia *fashion* banyak sekali *orang yang berpengaruh* dalam perkembangan *fashion* di tanah air diantaranya adalah *pencinta fashion, pengamat dan perancang*. Orang-orang inilah yang nantinya akan menjelaskan kepada pemirsa tentang trend yang terjadi saat ini lewat acara *TV Program*. *TV Program* ini juga secara tidak langsung dapat dimungkinkan menjadi promosi tempat perbelanjaan dan promosi perancang bagi masyarakat yang tertarik akan perkembangan *fashion* di tanah air. *TV Program* ini diharapkan dapat berlanjut menjadi beberapa episode yang berisi tentang perkembangan *fashion* di Indonesia pada umumnya dan tempat-tempat di Indonesia yang memiliki pengaruh besar dalam perkembangan dunia *fashion* di tanah air pada khususnya, seperti kota Bandung dan lain sebagainya. Yang pada akhirnya *TV Program* ini mengajak para pemirsa tidak hanya datang dan mengunjunginya. Namun lebih tertarik untuk lebih mengembangkan dan menggunakan produk *fashion* dalam negeri. Agar perkembangan *fashion* di Indonesia dapat semakin maju dan berkembang.

1.2 Perumusan dan Pembatasan Masalah

Latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat mengambil perumusan dan pembatasan masalah yang akan dipaparkan di bawah ini.

1.2.1 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada laporan tugas akhir ini, penulis hanya akan mengangkat kota mode atau fashion yang sekaligus merupakan ibukota Jawa Barat yaitu Bandung. Objek atau sasaran yang akan diambil kali ini yaitu:

1. Menjamurnya factory-factory outlet di kawasan dago
2. Komentar para pengunjung factory outlet yang sekaligus wisatawan lokal, komentar para pengamat, komentar dan wawancara perancang.
3. Fashion yang sedang trend di kalangan anak-anak muda masa kini
4. Sekilas distro-distro yang ada di Bandung
5. Acara *fashion show* yang diadakan oleh *asosiasi perancang dan pengusaha mode Indonesia*

1.2.2 Perumusan Masalah

Dunia *fashion* yang saat ini sedang berkembang di Indonesia perlu diketahui oleh seluruh masyarakat sebagai salah satu daya tarik dan sebagai salah satu kebanggaan bagi masyarakat kita, karena *trend* yang terjadi di tanah air kita ini tidak kalah dengan yang terjadi di luar negeri. Selain menyuguhkan informasi tentang *trend* yang berkembang di Indonesia pada saat ini, juga bisa menjadi suatu ajakan kepada masyarakat agar menggunakan produk *fashion* dalam negeri dan bangga untuk memakainya. Oleh karena itu dengan adanya *TV Program* ini secara tidak langsung mengajak para pemirsa untuk mengunjungi dan menjadikannya sebagai salah satu tempat wisata belanja bagi masyarakat yang tertarik akan dunia *fashion*.

1.3 Maksud dan Tujuan

Penulis mempunyai alasan maksud dan tujuan dalam pengambilan judul ini yaitu antara lain:

1.3.1 Maksud

Mengangkat tempat-tempat yang memiliki pengaruh pada perkembangan *fashion* di tanah air agar diketahui oleh seluruh masyarakat Indonesia. Selain itu untuk menginformasikan kepada para pemirsa di tanah air tentang *trend* yang terjadi saat ini di tempat-tempat di seluruh Indonesia. Informasi ini dapat berguna bagi masyarakat yang hobi berbelanja ataupun pengikut trend sehingga dapat mengetahui trend-trend yang terjadi di setiap tempat di Indonesia. Serta memperkenalkan kota Bandung sebagai salah satu kota wisata belanja yang ada di tanah air. Dengan adanya media alternative *TV Program* ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya ragam infotainment di dunia pertelevisian Indonesia.

1.3.2 Tujuan

Tujuan terbagi menjadi dua, tujuan eksternal dan internal.

1.3.2.1 Eksternal

Tujuan eksternal dari tugas akhir ini antara lain untuk menambah wawasan masyarakat tentang *fashion* dan *trend* yang berkembang di Indonesia agar masyarakat mengetahui, menikmati dan bangga dengan perkembangan *fashion* yang terjadi di dalam negeri, yang nantinya akan menambah meramaikan ragam *TV Program* di Indonesia. Untuk pemberi tugas, dapat membantu penulis untuk meluruskan suatu masalah penulisan maupun penggarapan visual. Serta dapat membantu penulis dalam waktu sidang.

1.3.2.2 Internal

Secara akademis laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan akademik pada Fakultas

1.4 Pemberi Tugas

Dalam pemberian tugas sebagai pemberi data dan penanggung jawab atas pembuatan *TV Program* fashion tendance 2005 dengan tema *eclectic charm* episode *trend fashion* di kota Bandung ini antara lain:

1. Mind Motion Pictures Company
2. APPMI

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir mengenai pembahasan TV Program FASHION TENDANCE 2005 dengan tema: “ECLECTIC CHARM” episode ‘*trend fashion* di kota Bandung’ ini yaitu antara lain:

Bab I Pendahuluan

Menjelaskan latar belakang masalah dan pokok permasalahan. Dilanjutkan dengan menerangkan maksud dan tujuan yang berisi alasan membuat *TV Program*, diikuti dengan perumusan dan pembatasan masalah yang menerangkan tentang batasan-batasan masalah yang diangkat untuk dijadikan tugas, disertakan bagian pemberi tugas yang menerangkan bahwa tugas yang dikerjakan ini memiliki izin dari instansi yang berkaitan dengan tugas. Dilanjutkan dengan sistematika penulisan yang memaparkan apa saja yang tercantum dalam laporan ini.

Bab II Analisa Masalah

Menjelaskan teori-teori yang mendukung dalam penelitian, anatara lain menerangkan tentang teori *TV Program* seperti *TV Program*, *Film*

Dokumenter, Budaya. Serta tinjauan masalah yaitu menerangkan permasalahan yang diangkat.

Bab III Pemecahan Masalah

Yaitu analisis masalah, yang berisi tentang segmentasi yaitu target sasaran yang dituju, konsep desain yaitu berisi materi yang akan digunakan dalam konsep *visual*, dan konsep *visual* itu memvisualisasikan dari materi konsep desain.

Bab IV Rincian Tugas

Yaitu kesimpulan tentang rincian tugas yang meliputi cakupan teknis yang menjelaskan teknis yang akan dipakai dalam pengerjaan *visual*, dan contoh *visual* yang memberikan gambaran untuk memenuhi teknis.

BAB II

ANALISA MASALAH

2.1 Tinjauan Teori

Garin Nugroho mengatakan bahwa:

“TV adalah metamedium, instrument yang tidak hanya mengarahkan pengetahuan tentang dunia, tetapi mengarahkan kita bagaimana mendapatkan pengetahuan.”

(Kompas, 10 September, 1996)

2.1.1 Pengertian TV Program

Teori yang berkaitan dengan televisi dan program akan dijabarkan dibawah ini.

Televisi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, yang dikeluarkan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Balai Pustaka, menyatakan:

“Proses penyiaran gambar melalui gelombang frekuensi radio dan menerimanya pada pesawat penerima yang memunculkan gambar tersebut pada sebidang layer.”

(tahun 2000, hal. 23)

Sementara pengertian program menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, yang dikeluarkan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Balai Pustaka, menyatakan:

“Program ini diproduksi untuk konsumsi pemirsa.”

(tahun 2002, hal. 14)

2.1.2 Jenis TV Program

Menurut **Heru Effendi** dalam bukunya *“Mari Membuat Film”* (tahun 2002, hal. 4), secara umum Tv Program dibagi menjadi dua jenis yaitu:

a. Cerita, jenis cerita terbagi kedalam dua kelompok yaitu:

1. **Kelompok Fiksi**, yaitu yang memproduksi Film Serial (TV Series), Film TV (FTV) dan Film Cerita Pendek.
2. **Kelompok Non Fiksi**, yang menggarap aneka Program Pendidikan, Film Dokumenter, Program Fashion & Life Style, Dokudrama atau Profil Tokoh di daerah tertentu.

b. Non Cerita, program non cerita sendiri menggarap *VarietyShow, Tv Quiz, Talk Show* dan Liputan atau Berita.

Jenis TV Program yang akan diambil penulis termasuk kedalam kelompok Non Fiksi yaitu Program Fashion dan Lifestyle. Dengan program ini penulis akan menambah dan memperkaya tayangan mengenai fashion di Indonesia pada khususnya dan secara otomatis kemajuan dunia fashion di Indonesia pun turut terangkat.

2.1.3 Format

Format yang akan diambil oleh penulis akan berformat *video*. Format berbahan dasar pita magnetik ini mulai dikenal luas di seluruh dunia pada periode 1970-an, baik untuk keperluan profesional seperti stasiun TV maupun keperluan Pribadi. *Pita magnetik* yang terdapat dalam kaset video bisa merekam gambar dan suara dengan baik, maka dari itu penulis mengambil *format video* karena selain lebih ekonomis juga memiliki kualitas gambar dan suara yang baik pula.

2.1.4 Televisi dan Masyarakat

Televisi adalah pranata sosial mutakhir. Secara bertahap jenis alat komunikasi ini sudah melampaui efektifitas pranata sosial lain, seperti partai politik dan media cetak yang telah memapankan dirinya sejak awal abad ke-20. Melalui televisi, partai politik dan media cetak ide modernisasi tersebar luas. Di Indonesia kehadiran media massa erat kaitannya dengan pembentukan imajinasi gagasan kebangsaan. Maka tak heran jika pada masa Orde Baru dikenal dengan istilah “jurnalisme pejuang,” semacam idealisasi peran wartawan dalam menjembatani pesan dari penguasa politik dan ekonomi dengan rakyat.

2.1.5 Kehadiran Televisi

Kehadiran televisi dalam kaitannya sebagai mediator penyampaian pesan melampaui peran media cetak dalam tiga hal. Pertama, daya jangkau publik yang teramat luas, yang dapat ditunjukkan dengan puluhan juta perangkat TV di rumah-rumah. Kedua, kemampuan televisi untuk mendikte “kebenaran”. Dan, ketiga, relativisasi arti dan

signifikansi peristiwa-peristiwa sosial lewat keragaman program. Seorang pembuat program acara khusus tentang perempuan menyatakan, 'setiap programmer berupaya agar pemirsa menjauhkan alat pengendali jarak jauh (remote control) dari jangkauannya.' Acapkali pesan semacam ini terungkap dalam kalimat-kalimat manis yang dinyatakan disela program dan tayangan iklan. Pemirsa diajak untuk tidak menggunakan hak prerogatifnya menukar saluran dan menikmati 'pesan-pesan' secara utuh.

2.1.6 Fungsi Televisi

Fungsi televisi secara universal adalah mendifusikan informasi (to inform), mendidik (to educate), menghibur (to entertain), yang pada saat ini seluruh stasiun tv swasta maupun negeri sudah berfungsi sedemikian rupa.

2.1.7 Pengaruh terhadap Masyarakat

Televisi memiliki pengaruh yang cukup besar pada perkembangan hidup masyarakat Indonesia. Dengan adanya televisi informasi yang berasal dari luar maupun lokal dapat sampai kepada audience dengan cepat. Namun dengan adanya televisi kita juga akan menghadapi pengaruh negative bagi budaya dan kehidupan masyarakat kita, salah satu sebabnya adalah proses penyaringan atau sensor. Dengan proses ini diharapkan tayangan2 yang berbau pornografi atau bertentangan dengan adat dan budaya kita dapat disaring atau bahkan tidak ditayangkan sama sekali.

2.1.8 Kebudayaan

Kebudayaan menurut *T.O Ihromi* dalam *pokok-pokok Antropologi kebudayaan* menyatakan:

“Bagi seseorang ahli antropologi istilah “kebudayaan” umumnya mencakup cara berpikir dan cara berlaku yang telah merupakan ciri khas suatu bangsa atau masyarakat tertentu. Sehubungan dengan itu maka kebudayaan terdiri dari hal-hal seperti bahasa, ilmu pengetahuan, hukum-hukum, kepercayaan, agama, kegemaran makanan tertentu, musik, kebiasaan pekerjaan, larangan-larangan dan sebagainya.” (tahun 1997, hal. 30)

Kebudayaan menurut Dedy Mulyana dan Idi Subandi Ibrahim, dalam *Bercinta dengan Televisi*, yang dikeluarkan Remaja Rosda Karya Bandung menyatakan:

“Kemajuan suatu bangsa dapat diukur dari taraf pendidikan dan kesehatan, tingkat pendapatan per kapita serta distribusi penghasilannya, kekuatan system politiknya, dan kejayaan kebudayaannya.”(tahun 1997, hal. 35)

Masih pada buku yang sama, hubungan televisi dengan kebudayaan menurut Dedy Mulyana dan Idi Subandi Ibrahim, menyatakan:

“Strategi kebudayaan yang melibatkan unsure masyarakat, kalangan pertelevisian, dan pemerintah sebagai rambu-rambu siaran. Oleh karena itu televisi menjadi sarana penyampai informasi, pesan, dan nilai-nilai yang searah dan sejalan dengan budaya masyarakat.”(tahun 1997, hal. 51)

2.1.9 POP Art

Sejarah Singkat

Perkembangan dunia pop berkembang pada awal abad 20 yaitu penggabungan antara budaya dan kehidupan keseharian. Budaya pop mulai dikembangkan di Amerika dan Inggris pada akhir 1950.

www.popartgallery.com

Pengertian

Pop Art adalah suatu seni yang menggabungkan antara kenyataan dan daya khayal yang tinggi yang melewati suatu visual dengan gabungan keduanya. Seni yang menggunakan elemen dari kebudayaan yang populer, seperti majalah, movies, musik, bahkan botol dan kaleng.

Art that uses elements of popular culture, such as magazines, movies, popular music, and even bottles and cans.

www.bartleby.com

Opini Terbuka

"Budaya pop justru harus dilihat sebagai alternatif channel menciptakan integrasi yang tidak bisa dianggap enteng," demikian dikatakan pengamat budaya Taufik Rahzen, usai memberikan keterangan pers di Gedung E Depdiknas, Jakarta, Kamis (16/10), *"Semuanya bergerak cepat sekali. Makanya, sekarang ini lebih cenderung disebut budaya hyperpop, yakni budaya populer yang diperkuat tidak hanya oleh media massa tapi realitas virtual yang ada dalam generasi MTV sekarang ini,"* kata Taufik. Menurut Taufik, Jika budaya pop pada era dulu, segmentasinya lebih pada masyarakat kelas menengah ke bawah, belakangan **segmentasinya lebih meluas**. Budaya pop kali ini, betul-betul populer dengan *tingkat imajinasi*

yang luar biasa. **Dia menjadi bagian dari budaya pasar yang sangat diminati.**

www.kompascybermedia.com

Pop Culture

Pop Culture atau *Budaya Pop* merupakan budaya yang sedang *populer* di suatu masa atau jaman yang mengikuti kehidupan yang berkembang di masyarakat (*Life style*). Di Asia sendiri budaya pop lebih didominasi oleh kalangan anak2 muda, terbukti di masa sekarang ini anak2 muda lebih dominan dalam menciptakan sesuatu yang baru baik itu *life style* maupun *fashion/mode*.

Tentunya gaya tersebut dapat berubah-ubah megikuti perkembangan jaman dan pergantian generasi. Generasi yang sedang berkembang pada saat ini adalah generasi MTV. Disadari atau tidak disadari memang itulah kenyataan yang berkembang pada masa kini maka dari itu disebut ***Budaya Pop (Popular Culture)***.

2.2 Tinjauan Masalah

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang, perumusan dan pembatasan masalah yang terdapat pada Bab Pendahuluan (bagian 1.1); maka penulis kemudian memberikan gambaran untuk meninjau masalah utama yang dibahas pada laporan tugas akhir ini dengan mengacu pada landasan teori sebagai pedoman dalam memecahkan pokok permasalahan yang diangkat.

Melalui Tv Program acara dapat dikemas serta disusun lebih lengkap dan dengan alur yang lebih menarik sesuai target audience yang akan dicapai. FASHION TENDANCE 2005 ini merupakan suatu acara yang berbasis Tv Program, tema yang akan diambil untuk acara ini yaitu tentang *Mode atau*

Fashion yang sedang trend di tahun 2005 dan yang berkembang di berbagai tempat di Indonesia.

Masalah utama dalam pengangkatan media TV Program FASHION TENDANCE 2005 ini adalah masih sedikitnya acara-acara TV Program lain yang mengangkat tema mengenai fashion yang sedang berkembang di tanah air. Adapun media TV Program saat ini mengenai fashion tapi tidak diperkenalkan asal-muasalnya dan lebih bersifat menjual barang atau produk. Dengan adanya media TV Program FASHION TENDANCE 2005 ini akan lebih melengkapi dan meramaikan tayangan TV Program mengenai fashion yang ada di Indonesia.

Pengambilan nama program FASHION TENDANCE 2005, memiliki arti kecenderungan fashion di tahun 2005. Acara ini juga memiliki tema ECLECTIC CHARM. Tema ini diambil melalui berbagai penelitian dan narasumber, kecenderungan fashion atau FASHION TENDANCE di tahun 2005 ini adalah ECLECTIC CHARM yang artinya adalah pesona dari hasil penggabungan yaitu penggabungan dari berbagai unsur baik itu budaya, musik, olahraga dan lain sebagainya dan menjadi suatu busana fashion yang berkembang pada saat ini.

Acara TV Program ini diangkat dari sebuah acara Fashion Show yang diadakan oleh APPMI (Asosiasi Perancang dan Pengusaha Muda Indonesia). TV Program FASHION TENDANCE 2005 ini berisikan tentang informasi mengenai kecenderungan fashion yang terjadi di tahun 2005 di berbagai tempat di tanah air. Dimana tempat-tempat tersebut memiliki pengaruh besar bagi kemajuan fashion di Indonesia. Di acara TV Program FASHION TENDANCE 2005 ini juga berisi komentar-komentar para fashion mania, perancang dan fashion show yang diadakan oleh APPMI. Dengan adanya komentar-komentar seperti ini isi dari acara ini tidak hanya teori tetapi diperkuat juga oleh bukti karena ada interaksi langsung dengan publik.

Dengan adanya kesamaan tema yaitu ECLECTIC CHARM membuat trend yang sedang berkembang sekarang ini satu sama lain saling berhubungan.

Adanya **berbagai tingkatan** dalam dunia fashion dari mulai tingkatan *distro*, *factory outlet* sampai ke tingkatan professional seperti *butik* sekalipun sudah **bukan menjadi suatu perbedaan** lagi, karena para pelaku fashion sekarang ini hanya mengarah kepada satu tujuan yaitu meraih *target market*. Seperti yang kita ketahui bahwa target market itu sesuai dengan permintaan pasar yang sedang berkembang sekarang ini atau *trend fashion* yang sedang *in*.

TV Program FASHION TENDANCE 2005 ini menjadi salah satu media bagi masyarakat selain sebagai pengetahuan mengenai fashion yang sedang trend di tahun 2005 ini juga agar pemirsa mengetahui perkembangan fashion yang terjadi di setiap tempat di dalam negeri dan bangga dengan menggunakan produk fashion dalam negeri. Setiap episodenya acara ini bisa sekaligus menjadi media promosi bagi tempat-tempat yang diliput khususnya yang memiliki pengaruh besar dalam perkembangan dunia fashion di Indonesia.

Permasalahan yang diangkat pada episode perdana kali ini yaitu Trend Fashion di Kota Bandung yang mengangkat tentang factory outlet yang semakin membanyak di kota Bandung, distro yang sedang trend di kalangan anak-anak muda Bandung dan acara fashion show yang diadakan oleh APPMI Jawa Barat. Secara garis besar objek yang akan diambil di “Trend Fashion di Kota Bandung” ini akan dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

a) **Keadaan Umum “Kota Bandung”**

Keadaan umum Kota Bandung dilihat dari keadaan demografi, pendidikan, seni dan budaya serta sejarah kota Bandung.

1. Keadaan Demografi

Kota Bandung merupakan sebuah ibukota propinsi jawa barat yang memiliki peninggalan gedung-gedung bersejarah. Gedung-gedung ini sebagian ada yang sudah tidak terawat dan dirobuhkan tetapi sebagian lagi dipertahankan dan dipelihara bangunannya.

Bangunan-bangunan bersejarah dan tua yang ada di Kota Bandung ini sedikit banyak memiliki kesamaan dengan bangunan-bangunan yang ada di Kota Paris, maka dari itu Kota Bandung itu salah satunya dikenal dengan sebutan Kota Paris Van Java.

2. Keadaan Pendidikan

Dunia pendidikan di Kota Bandung ini cukup berkembang. Banyak sekali sarana pendidikan yang tersedia dari mulai TK sampai Perguruan Tinggi. Perguruan Tinggi Negeri yang sudah terkenal di Kota Bandung ini salah satunya adalah ITB dan UNPAD, namun selain itu banyak juga perguruan Tinggi Swasta yang tidak kalah terkenal salah satunya adalah UNPAR, UTAMA, dan Maranatha. Selain orang-orang Bandung banyak juga orang-orang luar Bandung yang ingin belajar dan meneruskan pendidikan di Kota Bandung ini.

3. Keadaan Seni dan Budaya

Seni dan Budaya merupakan salah satu pesona dari Kota Bandung ini, selain keindahannya dan kesejukan alamnya Bandung juga terkenal dengan makanannya yang khas yaitu peuyeum Bandung. Perkembangan seni di Bandung cukup pesat salah satunya pada seni musik, karena Bandung dikenal sebagai tempat lahirnya musisi terkenal dan yang akan terkenal.

Selain seni musik Bandung juga kaya dengan seniman-senimannya yang sudah terkenal se-tanah air. Budaya Sunda masih dipertahankan di kota Bandung ini terutama pada upacara-upacara adat baik itu dalam agama, perkawinan ataupun lainnya.

4. Sejarah Kota Bandung

Kota Bandung adalah satu dari segelintir kota besar di Indonesia yang di masa lalu menjadi pusat kegiatan bangsa Eropa. Tak pelak, di kota ini cukup banyak ditemui bangunan-bangunan tua dengan berbagai genre atau langgam arsitektural. Sebutan sebagai laboratorium arsitektur sempat disandang kota ini, dengan seabrek bangunan kokoh dengan cita rasa seni tinggi berbentuk neo-gothic, art nouveau, art deco, functionalism modern dan lain sebagainya."

b) Kota Bandung sebagai Kota Wisata Belanja

Kota Bandung terkenal akan Factory Outlet-nya yang menyediakan produk-produk fashion berkualitas ekspor. Letaknya pun tersebar, paling banyak di jalan Riau, Dago, Setiabudi dan di jalan lainnya. Di akhir pekan, tempat ini selalu penuh sesak oleh kendaraan pengunjung yang ingin berbelanja. Selain itu, ada jalan Cihampelas, Pasar Baru, ITC Kebon Kelapa, BTC Pasteur, BSM, Hyperpoint dan sebagainya yang tidak dapat disebutkan satu-satu di sini.

"BANDUNG - Julukan Bandung sebagai trendsetter mode di tanah air agaknya tidak berlebihan. Tumbuh suburnya factory outlet (FO) merupakan salah satu buktinya. Melalui FO-FO yang tersebar hampir di seluruh pelosok kota, ditawarkan beragam mode pakaian yang sedang ngetren." (Harian Umum Sore Sinar Harapan, tahun 2003)

c) Kota Bandung sebagai Kota Mode dan Usaha

Dengan pesatnya perkembangan dan usaha mode di Bandung ini menambah pelaku-pelaku fashion ini untuk terus mengembangkan usahanya. Hal ini disebabkan karena pelaku pasar yang semakin bertambah banyak dan peluang untuk menghasilkan keuntungan pun semakin lebar. Salah satu usahanya ini adalah Factory Outlet dan Distro.

1. Factory Outlet

Factory outlet merupakan salah satu tempat tujuan wisata belanja di kota Bandung ini. Factory outlet merupakan suatu tempat perbelanjaan yang menjual pakaian-pakaian dan asesoris dengan merk yang terkenal baik yang berasal dalam dan luar negeri dengan harga miring. Di Bandung banyak sekali berbagai macam factory outlet yang bermunculan dari mulai yang kecil sampai yang besar sekalipun. Mereka hadir di kota Bandung ini dengan konsep dan *target market* yang berbeda-beda, sebagai salah satu contoh ada yang memiliki konsep *family outlet* dan ada juga yang memiliki konsep *all in one*.

Selain sebagai tempat perbelanjaan outlet-outlet ini pun menyuguhkan sesuatu yang lain, sebagai contoh tempat rekreasi bagi para keluarga yang membawa anak-anaknya. Tempat rekreasi ini berfungsi pada saat para orang tua sedang berbelanja mereka membiarkan anak-anaknya untuk asik bermain di tempat rekreasi tersebut agar tidak mengganggu para orang tua pada saat berbelanja.

Di kawasan dago dan jalan martadinata merupakan salah satu tempat berkumpulnya factory-factory outlet yang berada di kota Bandung ini. *Uptown Factory Outlet, Blossom Factory Outlet, Dago Stock Export (DSE), Grande Factory Outlet, Victoria Factory Outlet, House of Donatello, Glamour Factory Outlet* merupakan salah satu factory-factory outlet yang berada di kawasan dago, sedangkan *Heritage Factory Outlet, Summit Factory Outlet, Metropolis Factory Outlet, Oasis Factory Outlet, China Emporium, Emirates Factory*

Outlet dan Renariti Factory Outlet merupakan salah satu factory-factory outlet yang berada di kawasan martadinata Bandung ini.

Barang-barang atau mode pakaian-pakaian yang dijual factory-factory outlet ini bervariasi salah satunya adalah mode *back to oldies* atau kembali ke tempo dulu yang sekarang ini sedang trend di kalangan anak-anak muda bahkan orang dewasa sekalipun. Contoh mode *back to oldies* ini adalah celana *cutbray* ketat dan kemeja tangan pendek yang ketat, namun saat ini banyak sekali variasinya tidak hanya celana *cutbray* dan kemeja ketat semata bahkan ada yang didobel dengan kaos tangan panjang dan lain-lain.

Mode-mode yang sedang berkembang saat ini memang banyak sekali variasi atau gabungannya maka mode seperti ini juga bisa disebut dengan “ECLECTIC” seperti pada tema acara FASHION TENDANCE 2005 ini yaitu “ECLECTIC CHARM”.

2. Distro atau Distribution Store

Distro singkatan dari *distribution outlet*, sebuah tempat yang menyediakan tempat untuk menjual barang-barang lokal buatan anak negeri dengan ‘harga terjangkau’. Distro juga merupakan salah satu tempat yang sedang digemari oleh remaja-remaja abg sekarang ini, karena distro menjual pakaian-pakaian dan asesoris yang sedang trend di kalangan anak-anak muda masa kini. Unikny lagi, semua barang tidak menyang merk ternama yang banyak dijumpai di pasaran. Semua barang didesain dan diproduksi sendiri dengan merek-merek dengan nama distronya masing-masing. Dan ditujukan untuk pasar remaja.

Dulu sekali sebelum menjamurnya distro di Indonesia, para pionir clothingan independent ini memang ngebuat distro seperti yang digambarkan diatas. Dimana barang-barang andalan sebuah distro itu

adalah t-shirt brand local yang minim kualitas dan kaset-kaset Indie label.

Sekarang udah terjadi perubahan waktu, dimana kebutuhan konsumen distro menjadi bertambah. Dimana sekarang pakaian-pakaian seperti t-shirt dibuat dengan design yang lebih bagus dan kualitas bahan yang lebih bagus. Maka terjadilah pengelompokan untuk pengusaha distro dan clothing local ini. Antara lain:

- Pengusaha distro yang mempunyai brand clohing.
- Pengusaha yang mempunyai brand clothing tapi tidak mempunyai distro.
- Pengusaha distro saja.

Barang-barang yang dijual di distro-distro harganya bervariasi mulai yang berkisaran 10 ribu untuk asesoris sampai dengan ratusan ribu sekalipun untuk pakaian dan asesorisnya. Motto yang sering dihembus-hembuskan oleh distro biasanya adalah **SUPPORT YOUR LOCAL!** Distro tidak harus berada di tempat yang bagus dan ber-AC, sesuai definisinya, emperan pinggir jalan pun jadi, yang penting adalah tempat buat menggelar barang dagangan lokal, distro bisa dibidang istilah keren dari PK-5. Prinsipnya sama cuma barangnya lebih bagus. Barang-barangnya memang buatan anak negeri sendiri yang 'belum terkenal' mungkin ada beberapa yang sudah punya nama, terutama merk clothing dari Bandung seperti *347*, *Cosmic*, *Ouval*, *Theodore* ataupun *Anonim*.

Distro *Bn'C* dan *Anonim* merupakan salah satu distro di Bandung yang akan diliput oleh penulis. Distro *Bn'C* ini awalnya tidak memiliki konsep distro hanya toko pakaian biasa, namun berubah perkembangan jaman akhirnya berubah menjadi distro. Produk dari distro *Bn'C* yang banyak digemari saat ini adalah *sweater rajutan*

itulah yang dikatakan oleh Agus seorang kasir dari distro Bn'C. Selain sweater ada juga kaos-kaos yang bergaya *pop* yang sekarang ini sedang trend di kalangan anak-anak muda.

Kaos atau t-shirt seperti ini memiliki desain-desain yang *nyeleneh*, salah satu contohnya ada yang menyindir kehidupan kita sehari-hari dan ada juga yang menyindir pemerintahan dan lain sebagainya. “semakin banyak distro semakin banyak pula desain kaos atau t-shirt yang aneh-aneh!” itulah jawaban yang Agus berikan setelah ditanya seberapa besar pengaruh distro bagi perkembangan fashion di Bandung oleh presenter dari acara TV Program FASHION TENDANCE 2005 “ECLECTIC CHARM” ini. Memang terdengar sangat polos tetapi itulah yang terjadi saat ini, maka ada pula orang tua yang mengatakan bahwa anak-anak muda jaman sekarang itu dandanannya aneh-aneh.

Distro *anonim* ini merupakan salah satu distro yang umurnya sudah lumayan lama, kurang lebih 5 tahun sudah distro ini berdiri. Ating adalah salah satu karyawan dari anonim yang sudah bekerja cukup lama, 3 tahun sudah dia mengikuti perkembangan distro sampai sekarang ini. Seperti pada distro-distro yang lainnya mode yang sedang nge-trend sekarang ini adalah yang bergaya *pop art* begitulah yang dikatakan oleh Ating. Dia juga menambahkan bahwa pakaian-pakaian anak-anak abg sekarang ini memiliki warna-warna yang cerah. Tidak ada ‘perbedaan’ antara remaja cewek dan remaja cowok, sebagai salah satu contoh remaja cowok memakai kaos atau kemeja yang berwarna pink. Ating mengatakan “kalau dulu khan *tabu* klo remaja cowok pakai baju pink namun sekarang sudah tidak jamannya lagi!”.

Fashion yang sedang berkembang di kalangan anak-anak muda sekarang ini sangat erat sekali hubungannya dengan musik, dari

baju atau pakaian yang mereka kenakan merupakan salah satu cerminan dari musik yang ia mainkan atau yang ia idolakan. Begitulah kata Ating yang merupakan salah satu musisi independent di kota Bandung ini. Sebagai salah satu contoh musik beraliran punk biasanya memakai pakaian yang serba ketat dan memakai asesoris rantai di sekujur tubuh, untuk aliran Rn'B biasanya memakai celana yang besar atau gombrang dengan kemeja yang besar juga dan biasanya memakai kaos lagi didalamnya alias di dobel dan masih banyak lagi aliran-aliran musik dan mode lainnya.

d) **Event yang digelar oleh APPMI (Asosiasi Perancang dan Pengusaha Muda Bandung)**

APPMI adalah tempat perkumpulan para perancang dan pengusaha mode Indonesia. Untuk acara fashion show-nya selalu diisi oleh perancang2 dari APPMI. Dalam acara ini juga salah satu perancang dari APPMI yang akan diwawancara akan mengajak para pemirsa dan perancang atau pengusaha mode untuk ikut bergabung dan meramaikan dunia fashion di tanah air.

Acara fashion show yang diadakan oleh APPMI ini selalu dilakukan secara rutin dengan tiap tempat yang berbeda, namun acara fashion show ini hanya bagian dari acara bukan acara utama atau acara inti. Maka boleh dibilang APPMI ini merupakan salah satu *sponsor utama* bagi karya TA yang dibuat oleh penulis.

Dengan adanya APPMI sebagai sponsor dapat menjadi nilai plus untuk acara TV Program FASHION TENDANCE 2005 ini karena selain memberikan informasi kepada para pencinta fashion, acara fashion show ini dapat memotivasi dan mengajak para desainer muda untuk lebih kreatif dan lebih giat lagi dalam berkarya.

1) Wawancara dengan asisten perancang dari Malik Moestaram

Malik Moestaram ini merupakan salah satu perancang dari APPMI yang ikut serta dalam acara fashion show yang diadakan oleh APPMI. Dia ini adalah salah satu perancang termuda di acara fashion show ini. Malik Moestaram memulai karirnya di dunia fashion pada tahun 2003 pada umur 20 tahun.

Pada acara fashion show ini Malik Moestaram mengambil tema “Good Girl meets Bad Girl” tema yang diambil oleh Malik Moestaram ini mengarah kepada mode back to oldies. Dia mengatakan bahwa memang mode back to oldies inilah yang sedang trend saat ini, mungkin ini adalah salah satu taktik dari Malik Moestaram untuk meraih pasar saat ini. Arti dari tema “Good Girl meets Bad Girl” ini adalah menggambarkan ketika cewek baik ketemu dengan cewek nakal itu keadaannya seperti yang akan diperlihatkan oleh Malik Moestaram dalam busana yang diperagakan di acara fashion show ini.

Malik Moestaram juga mengharapkan kepada dunia fashion di Indonesia dengan diadakannya acara TV Program FASHION TENDANCE 2005 ini semoga bisa meningkatkan perkembangan dunia fashion di tanah air dan memperkaya budaya fashion di tanah air. Itulah yang diharapkan oleh perancang muda Bandung kita yang diwakilkan oleh Indra asisten dari Malik Moestaram. APPMI juga menganjak kepada para pemirsa, perancang mode atau desainer untuk ikut bergabung dalam APPMI ini.

2) Wawancara dengan panitia dari acara FASHION TENDANCE 2005

Mbak Maya ini merupakan salah satu panitia dari acara FASHION TENDANCE 2005. *“Tujuan dari acara ini adalah ingin menunjukkan kepada para fashion nista tentang trend yang sedang berkembang di tahun 2005”* itulah yang diucapkan oleh mbak Maya selaku panitia dari acara FASHION TENDANCE 2005 yang diadakan oleh APPMI. APPMI disini juga berniat ingin merangkul para desainer-desainer muda berbakat yang memiliki ide-ide yang kreatif untuk bergabung dan bersilahturahmi sehingga dapat saling bertukar pikiran. Semoga dengan kebersatuan seperti ini para desainer-desainer kita ini dapat membuat sesuatu yang beda pada trend di tahun 2005 ini sehingga tidak akan kalah dengan desainer-desainer mancanegara dan dapat berpeluang untuk go internasional.

ECLECTIC CHARM menurut mbak Maya adalah pesona dari berbagai sumber jadi dia ingin menjelaskan bahwa di acara FAHION TENDANCE 2005 ini berisi berbagai macam budaya yang digabung atau dipadukan menjadi satu busana atau pakaian itu sendiri, maka dari itulah acara ini memiliki tema “ECLECTIC CHARM”. Persiapan dari acara fashion show ini memakan waktu kurang lebih 2 bulan dan merangkul 11 perancang dari APPMI. Salah satu diantaranya adalah Malik Moestaram yang akan diliput oleh penulis.

3) Acara Fashion Show dari FASHION TENDANCE 2005 APPMI Jawa Barat

Acara fashion show ini diisi oleh 11 perancang dari APPMI dan puluhan model berbakat dari seluruh Indonesia. Untuk episode kali ini yang akan tampil adalah peragaan busana dari Malik Moestaram. Tema busana yang diperlihatkan oleh Malik Moestaram ini cocok sekali dengan trend yang sedang berkembang

saat ini, terbukti karena dia mengambil unsur oldies tetapi digabung dengan trend saat ini. Penggabungan seperti ini dinamakan dengan ECLECTIC.

Dari mulai busana yang minim sampai dengan busana yang formal sekalipun diperlihatkan oleh Malik Moestaram tentunya dengan tambahan bumbu yang berbeda sehingga membuat banyak variasi yang ditawarkan. Di akhir acara fashion show Malik Moestaram mendapatkan banyak bunga dari audience, itu menandakan penampilan dia pada saat acara fashion show ini cukup sempurna dan bagus baik itu dari segi konsep ataupun desain yang ditawarkan. Selain menjadi yang termuda di acara fashion show ini dia juga cukup berbakat. Muda dan berbakat mungkin itulah sebutan yang tepat bagi Malik Moestaram. Dengan segala pertimbangan itulah maka penulis mengambil Malik Moestaram untuk episode trend fashion di kota Bandung kali ini.

2.3 Analisis SWOT

- **Strength/Kekuatan/Kelebihan** tayangan ini adalah suatu tayangan *hiburan* dan *informasi*, maka dari itu dengan adanya acara ini audience mendapatkan informasi yang cukup mengenai *fashion* yang berkembang di setiap tempat di tanah air. Acara ini juga membahas perkembangan fashion dari tingkatan anak-anak muda sampai ke tingkatan professional (perancang dan fashion show). Di acara ini juga pemirsa dapat mengetahui perkembangan fashion dari berbagai sumber, baik itu dari berbagai narasumber ataupun mapenulisrakat pencinta fashion sendiri.

Positioning Acara ini memang teritung baru di Indonesia, namun dengan kehadiran acara ini di Stasiun TV Global akan melengkapi program2 tv lainnya seperti MTV. Acara ini juga memiliki konsep yang hampir sama

dengan MTV yaitu Pop Art. Tentunya konsep ini pun lebih mudah diterima oleh target audience karena dengan visual bergaya pop seperti inilah yang sedang marak dikalangan anak muda jaman sekarang. Otomatis audience Global Tv pun akan bertambah, itulah salah satu keuntungan yang akan diperoleh oleh Global Tv.

- **Weakness/Kelemahan** tayangan ini hanya mengulas garis besarnya saja dan tidak mengulas dengan spesifik kepada pakaian fashionnya sendiri, seperti darimana dan bagaimana asal-muasalnya.
- **Opportunities/Kesempatan/Peluang** tayangan ini cukup besar bagi Stasiun Tv-nya sendiri. Dengan adanya acara ini dapat menambah atau memperkaya tayangan mengenai fashion pada Global TV sendiri terutama untuk acara TV Program seperti ini yang belum pernah ada. Dengan diperkuat dengan APPMI untuk acara fashion shownya tentunya ini menjadi salah satu daya tarik serta rasa ingin tahu para audience atau target audience yang akan dicapai sendiri.

Perbedaan tayangan ini dengan tayangan lainnya yang sejenis seperti : Dibalik Lensa (Antv) & MTV Style (Global TV) adalah : acara ini dikemas lebih lengkap langsung kepada tempat terjadinya trend tersebut seperti pada distro dan factory outlet beserta penjelasan dari narasumbernya masing-masing, selain itu acara ini juga mengupas trend di tingkatan fashion yang lebih professional yaitu fashion show dan wawancara perancang.

Pencapaian Dengan adanya tayangan ini semoga audience Global Tv yang 90% adalah anak2 muda usia 18-25 dapat semakin menambah. Untuk dunia fashion-nya sendiri dapat mengajak masyarakat untuk menggunakan produk fashion dalam negeri pada umumnya, dan menambah spirit para pelaku fashion (pengusaha, desainer, model dll.) untuk lebih kreatif lagi dalam berkarya serta bergabung dengan suatu organisasi pada khususnya. Mudah2an dengan terlaksananya acara ini kemajuan dunia fashion di Indonesia dapat berkembang lebih maju.

- **Threat/Ancaman/Hambatan** respon berbagai kalangan masyarakat terhadap acara ini, mengingat bagian dari acara ini sebagian terlihat cukup glamour sehingga membuat masyarakat berpikiran bahwa acara ini ditujukan kepada masyarakat kalangan tertentu saja. Hal ini tentunya dapat mengurangi rating acara tersebut.

2.4 Sasaran

Media televisi ini dibuat berdasarkan pada sasaran masyarakat yang dituju. Untuk lebih mempermudah maka sasaran masyarakat dikelompokkan (segmentasi) kedalam beberapa kelompok.

2.4.1 Distribusi

Melalui stasiun tv Global yang ditayangkan seminggu sekali dengan durasi satu jam setiap minggunya. Penulis memilih Global Tv karena menurut angket yang penulis sebarakan ke masyarakat 80% memilih Global TV untuk penayangan acara ini dan sisanya stasiun Tv swasta lainnya. Pasar yang akan diraih yaitu anak2 muda usia sekitar 18-25 thn. Durasinya sendiri yaitu 30 menit, 24 menit isi 6 menit iklan.

2.4.2 Target Audience

Dengan jam tayang pukul 22.00 pada hari jum'at acara ini dapat dikonsumsi oleh anak2 muda usia sekitar 18-25 thn. Penulis memilih usia muda karena fashion yang berkembang di Indonesia berasal kehidupan anak2 muda yang berkembang pada masa sekarang. Terbukti pada masa sekarang ini generasi muda-lah yang menciptakan trend atau sesuatu yang berbeda dan menjadikannya sesuatu yang *Popular*. Global

TV sendiri 90% audience-nya adalah anak2 muda karena program acaranya sebagian besar diisi oleh MTV.

2.4.3 Segmentasi Demografi

Ialah pengelempokan sasaran berdasarkan karakteristik sosioekonomi. TV Program ini ditujukan untuk seluruh masyarakat yang mengikuti dan peduli terhadap perkembangan fashion di tanah air khususnya kepada para pencita trend masa kini yaitu remaja-remaja atau anak-anak muda

2.4.4 Segmentasi Psikografi,

ialah pengelompokan sasaran berdasarkan kebutuhan, keinginan, gaya hidup dan selera. Sasaran kelompok ini adalah kalangan menengah keatas yang memiliki kesenangan atau hobi berbelanja ke tempat-tempat perbelanjaan atau yang selalu mengikuti trend dan perkembangan fashion di tanah air. Terutama ke tempat-tempat perbelanjaan yang sedang trend untuk dikunjungi saat ini.

BAB III

PEMECAHAN MASALAH

3.1 Konsep Desain

Penulisan tugas akhir ini, penulis menggunakan beberapa penerapan konsep desain sebagai pendekatan umum, untuk pemecahan masalah mengenai pemilihan media dan dalam mengangkat *TV Program* yang berjudul “FASHION TENDANCE 2005 ‘ECLECTIC CHARM’” dengan episode pertamanya yang berjudul “Trend Fashion di kota Bandung”.

Sebagai ide ataupun gagasan awal pembuatan *TV Program* ini yaitu antara lain ingin menunjukkan kepada pemirsa mengenai perkembangan fashion di tempat-tempat di tanah air yang memiliki pengaruh besar dalam dunia fashion di Indonesia. Sebagai acuan *TV Program* ini lebih mengarah kepada anak-anak muda karena pencipta trend pada masa sekarang ini adalah mereka. Disini penulis akan mengupas tentang trend-trend apa saja yang sedang *in* di suatu tempat-tempat tersebut, selain itu usaha dan tempat perbelanjaan apa saja yang mendukung untuk trend-trend semacam itu.

TV Program ini berjenis non-fiksi yaitu mengarah kepada tayangan seputar fashion dan lifestyle, maka dari itu dari segi pengeditan kita akan menyesuaikan dengan trend yang terjadi di kalangan anak-anak muda sekarang

ini. Untuk konsep editing penulis akan mengambil tema *Pop Art*. Efek-efeknya pun akan dibuat sedemikian rupa, begitu pula dengan transisi atau perpindahannya dengan *cut to cut* dengan tempo yang cepat dan mengikuti musik. Adapun TV Program ini akan dibuat menjadi rangkaian episode berdurasi 30 menit (dengan iklan), dengan menggunakan media video. Acara *TV Program* ini terdiri dari 4 segmen, yang masing-masing segmennya terdiri dari *opening*, *content 1* dan *content 2*, kemudian klimaks dan *closing*.

TV Program ini akan ditayangkan sesuai dengan segmentasi yang telah ditentukan, yaitu dimana para remaja atau anak-anak muda sedang bersantai dan menikmati acara TV misalnya pada akhir minggu sekitar hari jum'at sekitar pukul 20.00 WIB malam hari atau pada hari sabtu pukul 17.00 WIB sore hari. Mudah-mudahan dengan jam tayang seperti ini para remaja-remaja atau anak-anak muda sedang menyaksikan acara TV.

TV Program ini menayangkan episode perdananya dengan judul “Trend Fashion di kota Bandung” yang akan dilanjutkan dengan trend-trend fashion di tempat-tempat lainnya seperti di Jogjakarta, Surabaya, Bali dan lain sebagainya.

3.2 Konsep Visual

Konsep visual, penulis ingin menerapkan unsur *Pop Art*, karena mengikuti segmen pasar yang akan diraih yaitu anak-anak muda. Konsep bernuansa Pop seperti inilah yang sedang trend dikalangan anak-anak muda sekarang ini.

3.2.1 Konsep Warna

Konsep warna yang akan digunakan pada pembuatan TV Program ini akan bermacam-macam dan berwarna-warni seperti warna-warna pelangi bahkan lebih. Warna-warna tersebut akan terlihat sangat cerah dan cerah tetapi tidak kampungan karena semua warna tersebut sudah di mix

atau dicampur terlebih dahulu sehingga tidak terlihat monoton. Warna-warna seperti ini diadaptasikan karena mengikuti tema dari acara TV Program ini yaitu “ECLECTIC CHARM” yang artinya sendiri gabungan atau pesona dari berbagai sumber. Tema ini divisualisasikan kepada *layout* dari logo acara FASHION TENDANCE 2005 yaitu kotak-kotak yang berwarna-warni yang mencerminkan banyaknya pesona atau gabungan dari berbagai sumber atau unsur.

Warna-warna cerah yang merupakan cerminan dari kehidupan fashion anak-anak muda sekarang ini atau pop style akan digabung dengan teknik pengeditan yang sistemnya *cut to cut* dengan tempo yang cepat, sehingga warna-warna tersebut selalu berubah-ubah setiap beberapa kali cut. Pada *efek wide-screen* yang seharusnya hitam akan diisi oleh warna-warna seperti ini juga yang sekaligus akan menjadi pemanis. Begitupula pada font atau jenis-jenis huruf yang akan tampil akan dihiasi oleh warna-warna tersebut.

3.2.2 Konsep Tipografi

Jenis huruf yang digunakan pada judul, tema acara dan *lower third* adalah BAUER BODNI BdCn BT, penulis memilih jenis font seperti ini untuk hal tersebut karena jenis font diatas cukup tegas dan sederhana sehingga jelas dan mudah untuk dibaca secara sepintas.

Teks pembantu adalah teks yang menjelaskan atau membantu visual untuk menjelaskan sesuatu. Untuk teks pembantu memakai BAUHAUS Md BT, penulis memakai jenis font seperti ini karena font jenis ini bernuansa pop tetapi tidak terlalu sulit untuk dibaca. Untuk teks pembantu seperti ini selalu muncul dengan terus menerus pada suatu segmen sehingga memudahkan kita dalam mencerna topik yang sedang dibicarakan.

Berikut ini adalah contoh visual dari BAUER BODNI BdCn BT dan BAUHAUS Md BT yang digunakan pada pembuatan TV Program FASHION TENDANCE 2005 “ECLECTIC CHARM” :

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 (BAUER BODNI BdCn BT)

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1234567890 (**BAUHAUS Md BT**)

3.2.3 Konsep Transisi

Konsep transisi ini bertujuan untuk menguatkan tema atau konsep yang diambil dalam konsep visual yaitu *cut to cut* dengan kilauan flash sehingga menghasilkan frame berwarna putih dalam tempo yang cukup cepat. Konsep ini diambil karena transisi *cut to cut* hasil editan dalam *stock shoot* akan cepat, maka dengan efek flash seperti ini akan terlihat lebih cepat dan dapat memisahkan frame yang satu dengan yang lain dengan tegas.

3.2.4 Konsep Editing

Konsep editing yang akan diambil akan memakai lebih dari satu frame, sehingga visual akan terbagi-bagi menjadi beberapa frame dengan warna yang berbeda tetapi memiliki visual yang sama. Visual pada frame

yang terbagi-bagi seperti ini juga akan ada yang di flip sehingga gambar akan terlihat terbalik seperti bercermin. Pembagian frame seperti ini juga diikuti dengan gerakan atau *motion* untuk memperhalus perubahan.

Pembagian lebih dari satu frame seperti ini juga akan terjadi mengikuti irama musik yang pada acara TV Program ini umumnya relatif cepat. Pembagian frame seperti ini juga akan diisi oleh gambar-gambar atau image-image mengenai fashion untuk mendukung visual dalam menyampaikan pesan. Gambar-gambar seperti ini juga akan mengalami pergerakan atau motion baik itu zoom in/out atau pergerakan menyelusuri image dari bawah ke atas ataupun sebaliknya, hal ini dilakukan agar gambar yang ditampilkan bisa dilihat dengan detail oleh pemirsa dan tidak monoton.

3.2.5 Pra-Produksi

Tahap pra-produksi terbagi menjadi beberapa bagian antara lain:

3.2.5.1 Penulisan Storyline

Penulisan storyline pada TV Program ini terbagi menjadi beberapa bagian, diantaranya:

- a. Bumper Opening yang ditaruh pada awal dan akhir acara, sedangkan bumper segmen ditaruh pada setiap jeda iklan.
- b. Narasi di setiap segmen, membantu visual dalam menjelaskan topik yang sedang dibicarakan.
- c. Alur cerita dibagi kedalam 4 segmen yang terdiri dari *opening*, *content 1* dan *content 2*, kemudian klimaks dan *closing*.
- d. Isi per-episode terbagi menjadi tiga bagian, yaitu opening yang berisikan pengantar cerita atau prologue yang menuju

ke klimaks cerita, dimana pemirsa menyaksikan tingkatan fashion dari mulai yang terbawah seperti distro, factory outlet, sampai dengan ke tingkatan yang lebih profesional seperti butik. From Bottom to Top itulah susunan isinya.

- e. Pengambilan angle kamera dari berbagai sisi baik itu dari kiri ke kanan (paning), dari bawah ke atas (Tilt up tilt down), *depht of field* dan lain sebagainya untuk membuat suatu variasi angle agar pemirsa yang menontonnya tidak jenuh.

3.2.5.2 Storyboard

Story board dibuat dalam beberapa scene dalam tiap segmennya. Setiap scene dilengkapi dengan narasi, camera angle, tempat dan durasi. Semua gambar ada pada rincian tugas pada bab 4.

3.2.5.3 Waktu Pengambilan Scene

Pengambilan scene dimulai pada bulan Mei pada minggu ke-tiga dan ke-empat diakhir minggu atau week end tepatnya pada hari sabtu. Untuk lokasi pertama yaitu didepan gedung sate dan lapangan gasibu, lokasi ini untuk presenter sebagai pembuka acara dan dilanjutkan ke tempat-tempat perbelanjaan di kawasan dago. Dimana pada waktu week end seperti ini banyak sekali wisatawan ataupun pengunjung factory outlet dan distro berdatangan. Sebagai urutan atau rundown pengambilan gambarnya akan dijelaskan dibawah ini.

Minggu ke-tiga bulan mei

Hari Sabtu:

- a. Waktu pagi sekitar pukul 10.00 sampai dengan pukul 11.30 dilakukan pengambilan gambar untuk presenter untuk membuka acara, tempatnya yaitu di depan gedung sate dan di lapangan gasibu.
- b. Pada waktu siang hari sekitar pukul 13.00 sampai dengan pukul 15.00 dilakukan pengambilan gambar atau stock shoot untuk kawasan di seputar dago. Waktu yang diperlukan lumayan lama karena kemacetan yang lumayan parah sehingga menyita banyak waktu.
- c. Pada pukul 15.00 sampai dengan pukul 16.00 penulis melakukan wawancara kepada tiga kelompok orang pengunjung factory outlet mengenai fashion yang sedang berkembang di Bandung dan Indonesia.

Keterangan : Namun yang diambil oleh penulis hanya satu kelompok orang saja mengingat waktu yang sangat padat pada tayangan TV Program ini.

Hari Minggu :

- a. Dimulai pada siang hari sekitar pukul 13.00 sampai dengan pukul 15.00, penulis mengambil stock shoot untuk distro Anonim dan melakukan wawancara dengan karyawan disana.
- b. Pada pukul 16.00 sampai dengan pukul 18.00 penulis melakukan stock shoot dan wawancara kepada karyawan dan pengamat distro pada distro If Venue.

Keterangan : Namun pada sesi wawancara tidak bisa penulis tampilkan, karena durasi pada saat wawancara berlangsung cukup lama sehingga tidak memungkinkan untuk dipotong karena alur wawancara yang terus berlanjut tanpa jeda.

Minggu ke-empat bulan mei

Hari Sabtu:

- a. Pada pukul 13.00 penulis memulai kembali untuk pengambilan gambar di distro Bn'C tepatnya di jalan merdeka sampai dengan pukul 15.00 serta wawancara dengan karyawan disana.
- b. Pada pukul 15.00 sampai dengan pukul 17.00 penulis melakukan wawancara dengan para pengunjung Bandung Indah Plaza yang letaknya berdepanan dengan distro Bn'C.

Keterangan : cukup banyak kelompok orang yang diwawancara namun tak satupun yang masuk ke dalam acara TV Program ini dikarenakan perubahan rundown acara pada saat asistensi dengan dosen berlangsung.

Hari Minggu :

- a. Wawancara dengan asisten perancang Malik Moestaram dan panitia dari acara fashion show yang diadakan oleh APPMI yang mengambil lokasi di Roemah Kopi pada pukul 15.00 sampai dengan pukul 18.00.

Keterangan : pada scene ini perancang busana yang bernama Malik Moestaram ini berhalangan hadir dikarenakan kesibukannya sehingga diwakilkan oleh asistennya yang bernama Indra.

Untuk pengambilan gambar pada saat acara fashion show berlangsung, sudah dilakukan terlebih dahulu pada bulan maret bersama tim pemberi tugas.

3.2.6 Produksi

Produksi merupakan inti dari pembuatan sebuah tayangan yang terdiri dari :

3.2.6.1 Pengambilan Gambar

Camera angle atau tata letak kamera sangat ditentukan karena konsep dari sebuah tayangan ini salah satunya ditentukan juga oleh angle camera. Penempatan gambar ini akan terlihat pada *view finder* di kamera, atau dalam hal ini menggunakan *handycam* atau *video shoot*. Pada alat tersebut akan terlihat shoot yang sedang diambil gambarnya apakah sesuai dengan yang diinginkan atau malah ada sesuatu yang kurang, contohnya gambar yang terpotong atau komposisi yang kurang *proporsional*.

Jelas *camera angle* sangat menentukan pengambilan gambar, ada berbagai macam teknik pengambilan gambar, diantaranya yang dipakai dalam pembuatan *TV Program* ini adalah *close up*, *middle shoot*, *long shoot*, *zoom in/out*, *tilt up*, *tilt down*, *pen left* *pen right* dan lain sebagainya. Teknik pengambilan gambar dengan *close up* agar terlihat detail gambar yang sedang diambil atau yang digambarkan, sedangkan untuk *middle shoot* dan *long shoot* agar objek dapat terlihat lebih luas dan lebih lebar sehingga *background* atau latar belakangnya pun turut terlihat.

Teknik pengambilan gambar *zoom in* adalah agar objek dan background terlihat terlebih dahulu kemudian fokus kepada objek yang akan dilihat atau *spot* yang akan diambil, sedangkan pengambilan gambar secara *zoom out* adalah

kebalikannya yaitu dari objek kemudian menjauh tak terkira sehingga yang tergambar adalah suasananya. Untuk *tilting* dan *pening* itu dilakukan untuk melihat objek sekitar dan detail objek secara keseluruhan apabila objek tersebut kita zooming.

3.2.6.2 Catatan Waktu dan Adegan yang Sudah Diselesaikan

Pencatatan waktu dan adegan ini dibuat untuk memudahkan sutradara dalam mengetahui scene mana saja yang sudah di-take. Selain itu juga menghindari gangguan yang tak terduga yang harus melakukan take ulang (seperti mati lampu, suara-suara atau noise yang tidak perlu, dll)

3.2.7 Pasca Produksi

Pasca Produksi merupakan tahap akhir dari pembuatan sebuah tayangan yang terdiri dari

3.2.7.1 Capturing

Proses capturing adalah pemindahan data analog dari sebuah kaset mini DV ke dalam harddisk computer, menjadi data digital. Proses ini memerlukan beberapa alat tambahan diantaranya ; kabel firewire (sejenis kabel yang menghubungkan dari handycam ke computer dengan plug DV in/out), plug in fire wire pada CPU computer dan DV playback atau bisa juga handycam itu sendiri.

Proses ini sangat penting karena data yang berupa *stock movie* ini, nantinya akan *diedit*, dipotong-potong atau diambil

take yang seperlunya atau yang diperlukan saja kemudian diberi *efek audio dan video*. Untuk format *rawmat* atau bahan mentah video ada dua yaitu *PAL* dan *NTSC* namun untuk hasil akhirnya penulis membuat *format PAL* untuk keseluruhan.

Format ukuran video yang di-capture adalah 720 x 576 pixel, aspect ratio D1/DV PAL (1.0.67), frame rate 25 fps (frame per second), dan untuk audio : rate 44100 hz, format 16 bit stereo.

3.2.7.2 Pemotongan Stock Movie/Editing

Stock movie hasil *capturing*, kemudian dipotong berdasarkan nomor scene pada *storyboard*, karena setiap scene diambil take sebanyak 3 sampai 4 kali maka harus dipilih mana yang paling bagus dari segi *angle*, komposisi, *content* dan lain sebagainya. Setelah dipotong kemudian disusun menurut nomor urut *scene* pada *storyboard*.

3.2.7.3 Final Cut dan Editing

Final cut adalah hasil pemotongan gambar-gambar akhir yang sudah terseleksi dalam proses pemotongan *stock movie*. Final cut tersebut belum diedit secara warna (adjust), edit audio (kejernihan, tingkatan volume dan lain sebagainya) juga penambahan *sound effect* (suara kamera foto, suara tepuk tangan, suara gerakan/*motion* dan lain sebagainya), penambahan sound effect seperti ini penulis ambil dari sound bank yang dimiliki oleh penulis. Pertama pengeditan audio menggunakan *software Sonic Soundforge 6.0* didalamnya

dimasukan plug-ins *Noise Reduction* untuk menghilangkan *noise* pada audio yang direkam.

Setelah suaranya jernih baik itu narator maupun suara sekitar visual lalu di-*save* dengan extention *wav*. File *wav* tersebut lalu dimasukan kembali kedalam software *Adobe Premiere Pro 1.0*, untuk diolah kembali bersama video. Untuk *sound* atau musik pembuka dan penutup pada logo acara TV Program FASHION TENDANCE 2005 penulis membuat sendiri pada software Soundtrack dan Cool Edit Pro 2.0. Untuk pengeditan video dibagi menjadi beberapa tahap:

1. Untuk logo acara FASHION TENDANCE 2005 “ECLECTIC CHARM” ini sudah diberi oleh APPMI dan penulis hanya tinggal membagi kotak-kotak yang berwarna-warni dengan latar belakang putih ini menjadi beberapa *layer* yang terpisah-pisah lalu membuat pergerakan atau *motion* dengan software *Adobe After Effect Pro 6.0* dan menggunakan *keyframe* dan melakukan *random movement*, lalu dengan perubahan *opacity* dan *keyframe* sehingga membuat kotak-kotak yang berwarna-warni tersebut berkelap-kelip. Setiap *layer* juga diberi *3D layer* agar bisa memainkan *camera angle* dari sisi *perspektif*.
2. Untuk still image atau gambar penulis membuat *motion keyframe*-nya terlebih dahulu di software *Adobe After Effect Pro 6.0* setelah di-render *AVI Uncompressed*, lalu ditransfer ke software *Adobe Premiere Pro 1.0*.
3. Hasil dari pemotongan atau *final cut* yang dilakukan di software *Adobe Premiere Pro 1.0* lalu untuk beberapa bagian yang akan diberi *effect motion* seperti pada *sneak*

preview dan *credit title* akan di-render dengan format *AVI Uncompressed*.

4. File *AVI* tersebut lalu diolah oleh software *Adobe After Effect Pro 6.0* dan diberi *effect masking* dan diberi *keyframe* untuk *motion graphic*-nya.
5. Setelah selesai file *AVI* tersebut yang telah diberi *effect* di-render lg dengan format *AVI Uncompressed* dan dikirimkan kembali kepada software *Adobe Premiere Pro 1.0*.
6. Penulis juga menggunakan software *Final Cut Pro HD 4.5* untuk pengeditan acara fashion show yang diadakan oleh APPMI namun dilanjutkan kembali pada software *Adobe Premiere Pro 1.0*.
7. Untuk teknik pengeditan yang melakukan *visual* lebih dari satu *frame* semuanya dilakukan oleh software *Adobe Premiere Pro 1.0* dengan *motion keyframe*, serta menggunakan efek *horizontal flip*, *crop* dan *basic 3-D*.
8. Untuk pengeditan warna juga memakai software *Adobe Premiere Pro 1.0* melalui efek *RGB Color Balance*, *HLS Color Balance*, *Chanel Mixer*, *Brightness Contrast* dan *Gamma*.
9. Pada final pengeditan warna lalu semuanya di-render *preview* dan di *print to tape* untuk dicapture kembali di software *Final Cut Pro HD 4.5* untuk melakukan *Color Correction* dan diberi *effect Color Broadcast Safe* untuk menjaga warna agar tidak melebihi atau masih dalam batas yang wajar, lalu setelah beres di *print to tape* kembali dan kembali lagi ke software *Adobe Premiere Pro 1.0*.
10. Untuk *lower third* terbagi menjadi 2 yaitu *lower third* untuk lokasi pengambilan gambar dengan *lower third* pada saat acara klimaks atau acara fashion show berlangsung. Untuk *lower third* lokasi mengadaptasi dari kotak-kotak yang

berasal dari logo acara TV Program ini dengan informasi nama tempat dan alamat. Untuk *lower third* acara fashion show penulis mengambil unsur *pop* yang kental dengan garis-garis atau *stripe*, serta bunga-bunga sebagai pemanis. Setelah beres hasil akhirnya akan dirender No Compression dengan *channels RGB + Alpha* untuk membuat background menjadi transparan sehingga bisa digabung nantinya pada video di *software Adobe Premiere Pro 1.0*.

11. Sebagai elemen pendukung penulis menambahkan pergerakan atau motion kotak-kotak yang transparan dengan *opacity* yang rendah yang selalu muncul disetiap segmen. Selain sebagai pemanis pergerakan atau motion kotak-kotak ini juga berfungsi untuk memperkuat logo dari acara TV Program FASHION TENDANCE 2005 ini yang berupa kotak-kotak juga.
12. Setelah semua tahap pengeditan beres dan melalui pengecekan yang berulang-ulang akhirnya tibalah untuk *render final preview* dan *render final output* dengan *compressor MATROX M-JPEG* dengan kualitas *Digital* yang hasil akhirnya akan ber-*extention .avi* dan akan berformat video D1/DV PAL (1.0.67), frame rate 25 fps (frame per second), dan untuk audio : rate 44100 hz, format 16 bit stereo. Untuk audio dan video dirender terpisah agar mengoptimalkan kecepatan pada saat *proses rendering*.
13. Setelah semuanya selesai barulah di encode ke *MPEG II* atau *format DVD* untuk mencapai hasil gambar yang maksimal pada saat persentasi tugas akhir dan format *MPEG I* atau *format VCD* untuk diselipkan bersama laporan nantinya. Semua ini di encode dengan *software TMPGEnc 3.0 XPress*.

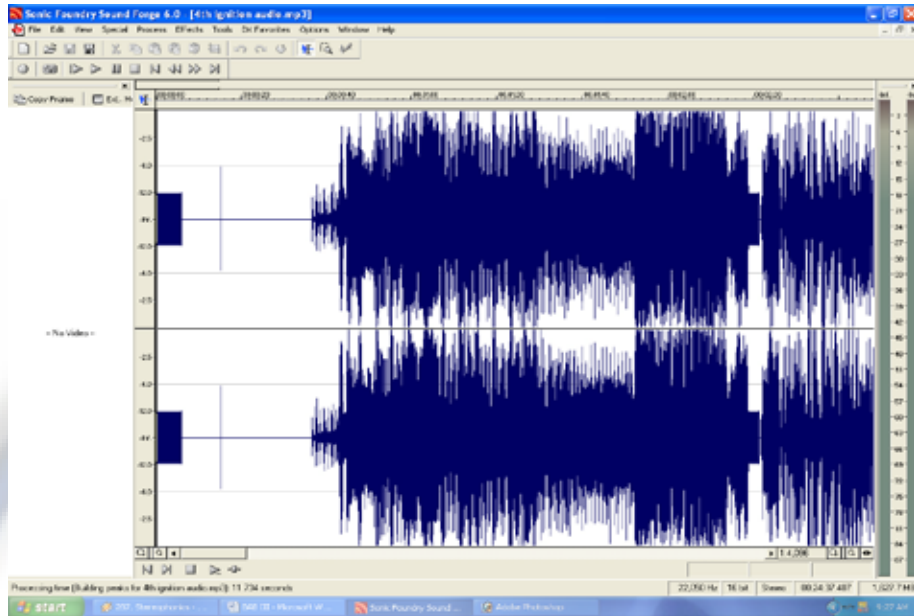
3.2.7.4 Output Transfer

Setelah hasil dari render output final diperoleh, lalu file avi tersebut dibuka kembali pada *software Adobe Premiere Pro 1.0* dan di transfer ke pita kembali atau *print to tape* dalam format *mini DV* dengan ukuran 720 x 576 PAL dengan durasi 30 menit dengan iklan.

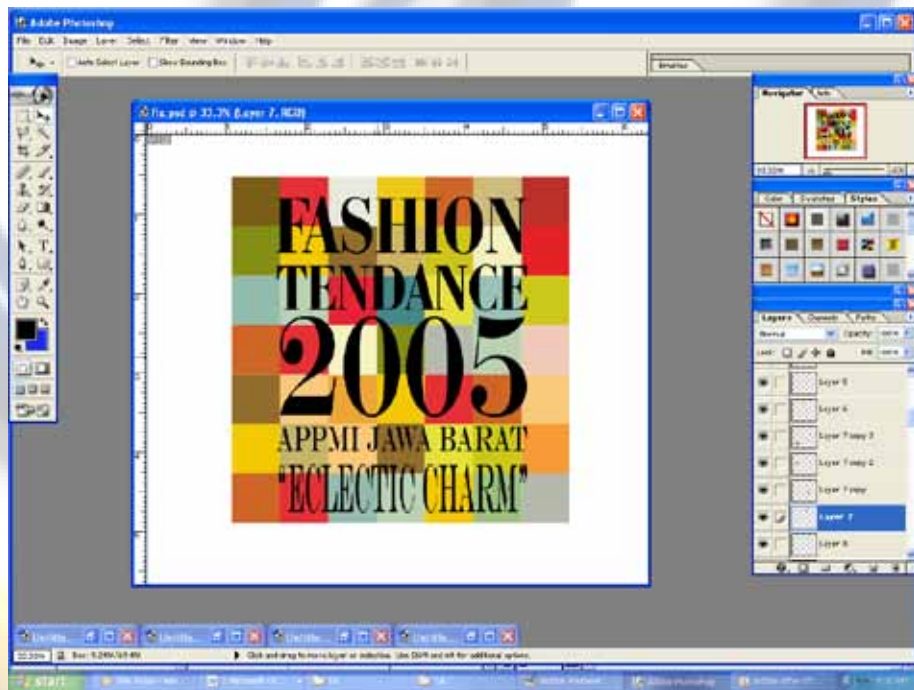
3.3 Konsep Audio

TV Program ini menampilkan sebuah perkembangan fashion yang sangat dekat dengan lingkungan anak-anak muda dan remaja sekarang ini, maka dari itu backsound yang akan diambil juga harus sesuai dengan trend fashion mereka sekarang ini. Dengan dekatnya hubungan antara fashion dengan musik, maka musik yang ditampilkannya pun harus sesuai dengan musik mereka saat ini. Sebagai salah satu contoh penulis akan menggunakan musik beraliran *Rn'B*, *Rock Alternative* dan *Classic Disco*.

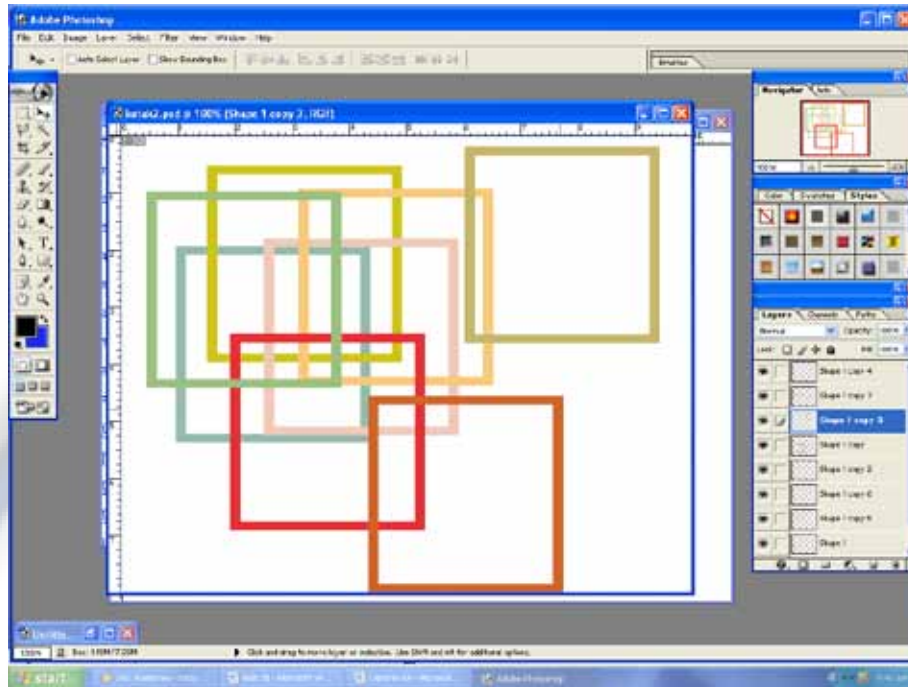
Sound effect akan digunakan pada *sneak peview*, *bumper opening*, *bumper segmen*, *prologue*, *before the party* dan pada awal dan akhir acara *fashion show*.



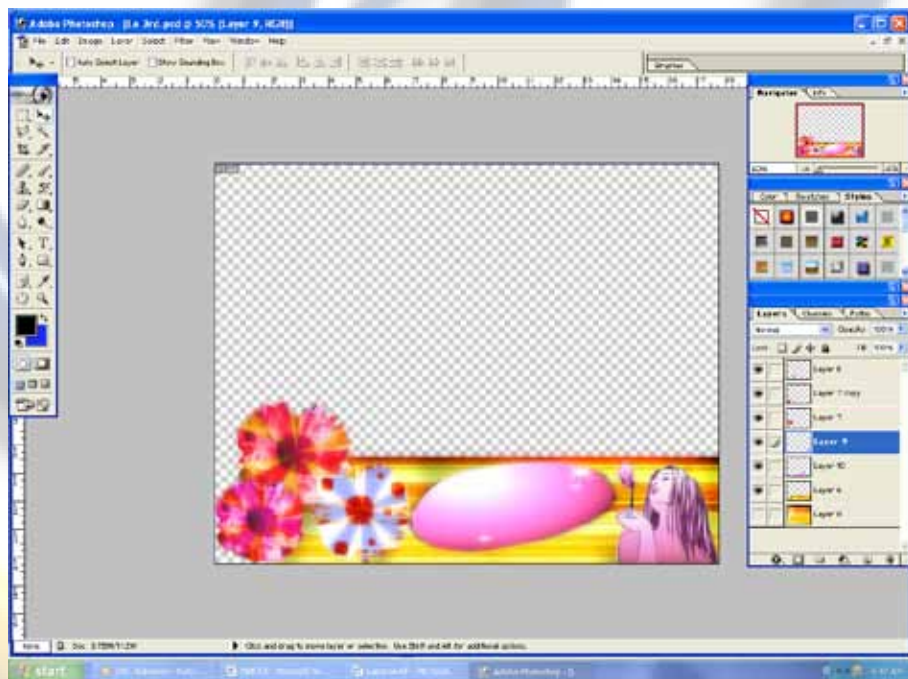
Gambar 3.1 Untuk menjernihkan suara atau noise menggunakan plug in *Noise Reduction* dari *Sonic Foundry Sound Forge 6.0*.



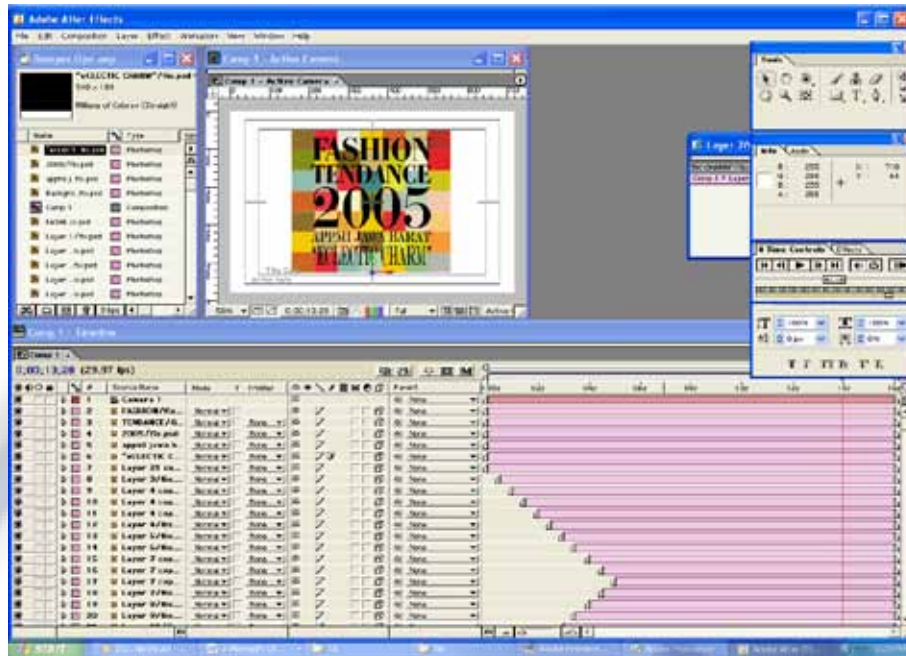
Gambar 3.2 Untuk mengubah seluruh kotak-kotak menjadi beberapa *layer* menggunakan *Adobe Photoshop 7.0*.



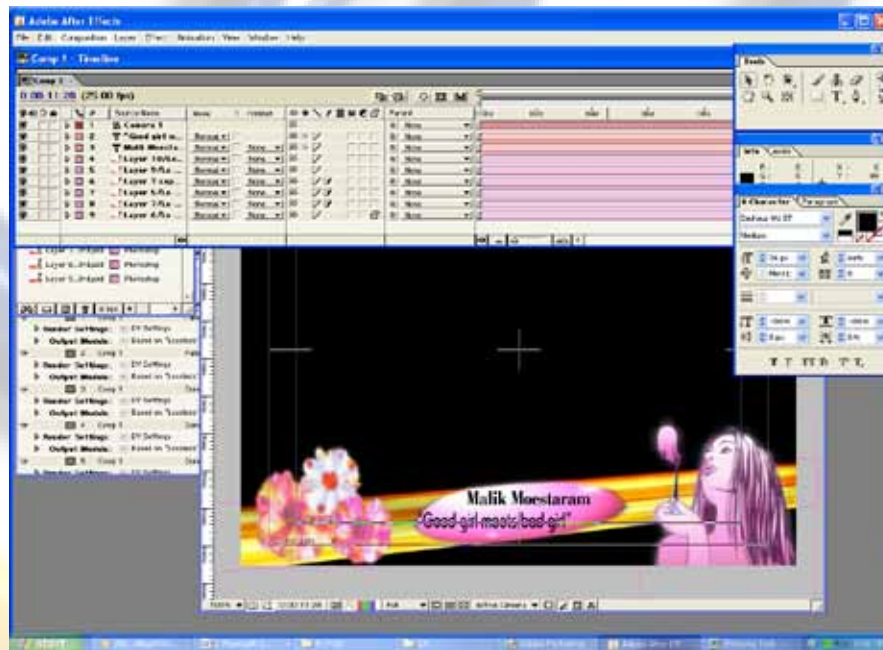
Gambar 3.3 Disini kotak-kotak yang akan dijadikan *motion* dibuat dulu *rawmat*-nya.



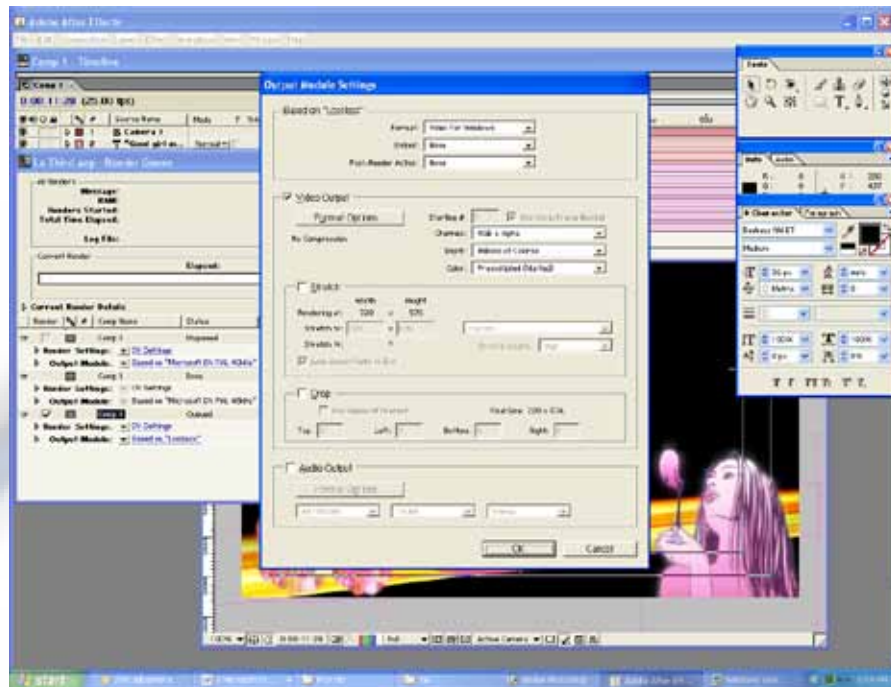
Gambar 3.4 Untuk *lower third* penulis juga menggunakan Software ini untuk membuat *rawmat*-nya.



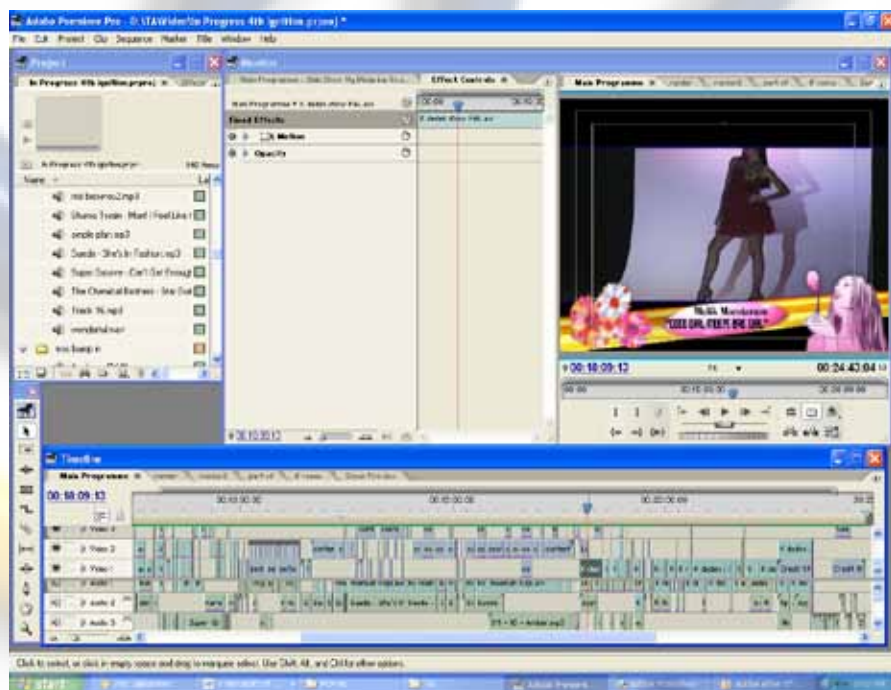
Gambar 3.5 Setelah *rawmat* selesai kemudian setiap kotak-kotak dalam bentuk *layer* ini di buat *motion keyframe* di software *adobe after effect pro 6.0*.



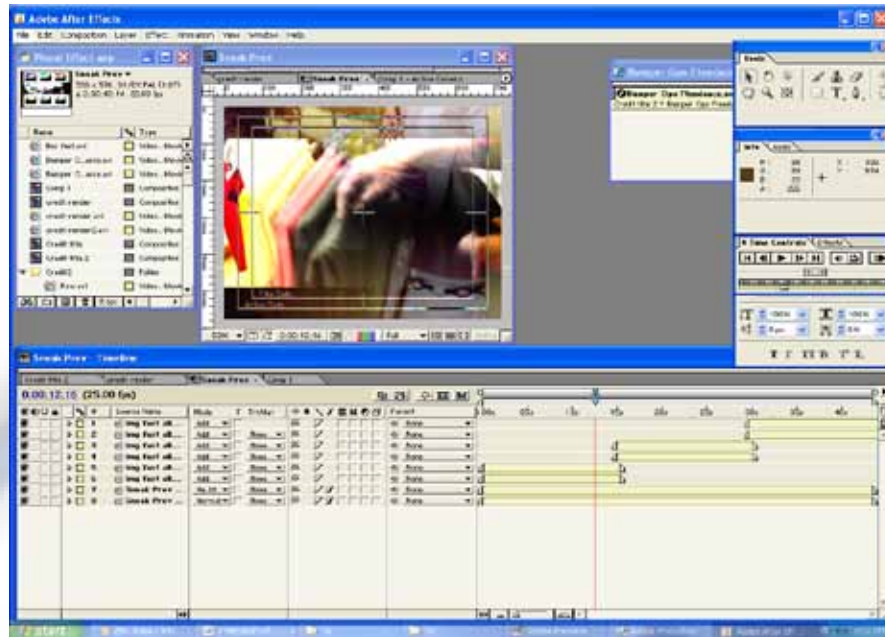
Gambar 3.6 Setelah *rawmat* selesai dibuat lalu ditransfer ke *adobe after effect pro 6.0* dan dibuat *motion keyframe*.



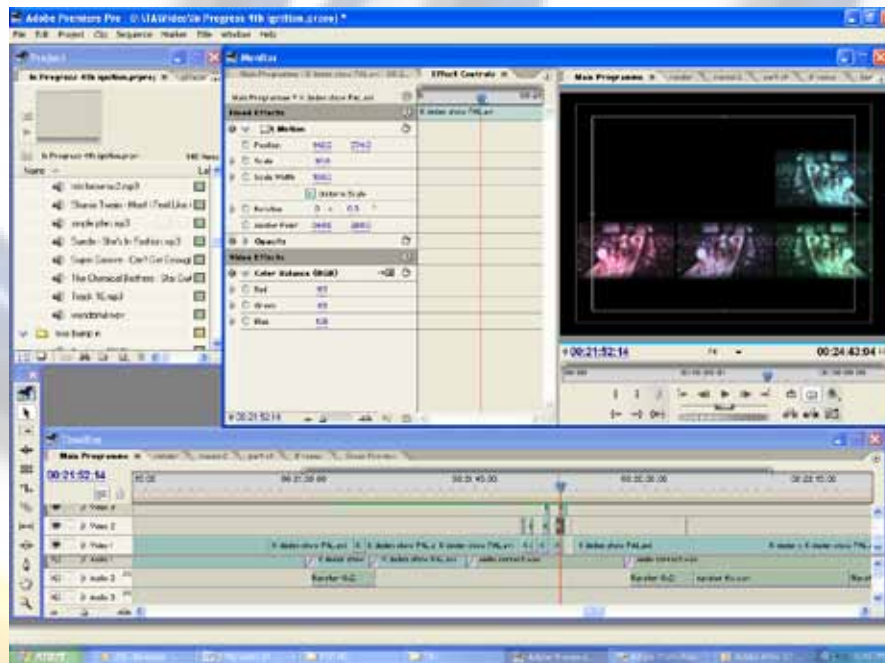
Gambar 3.7 Setelah proses *motion keyframe* selesai lalu di-render dengan *channels RGB+Alpha* untuk membuat *background* transparan.



Gambar 3.8 Setelah proses *rendering* selesai lalu digabung dengan video pada software *adobe premiere pro 1.0*.



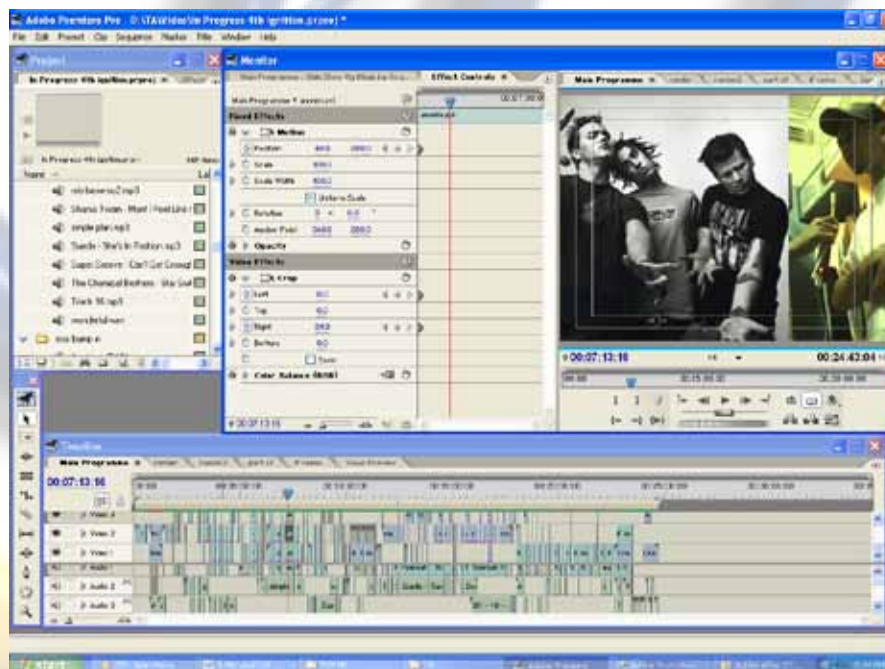
Gambar 3.9 Untuk membuat *sneak preview* penulis menggunakan software *adobe after effect pro 6.0* untuk membuat efek *masking*.



Gambar 3.10 Untuk membuat frame lebih dari satu penulis menggunakan *motion keyframe* dan memperbanyak *layer* pada software *adobe premiere pro 1.0*.



Gambar 3.11 Setelah pembuatan *lower third* selesai lalu kembali dikirimkan ke *adobe premiere pro 1.0* untuk disatukan kembali dengan video.



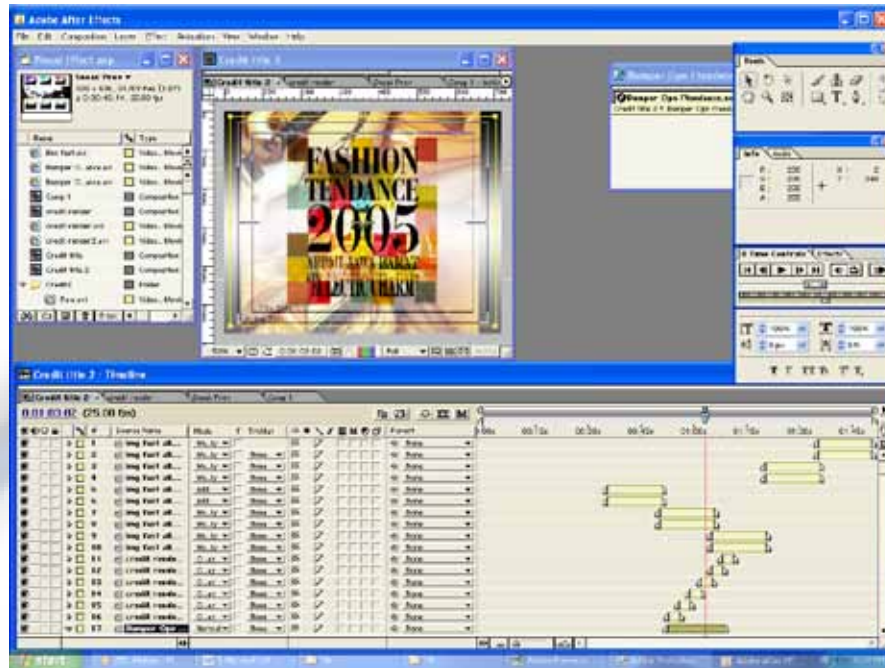
Gambar 3.12 Untuk *still image* masih menggunakan software yang sama melalui *motion keyframe*.



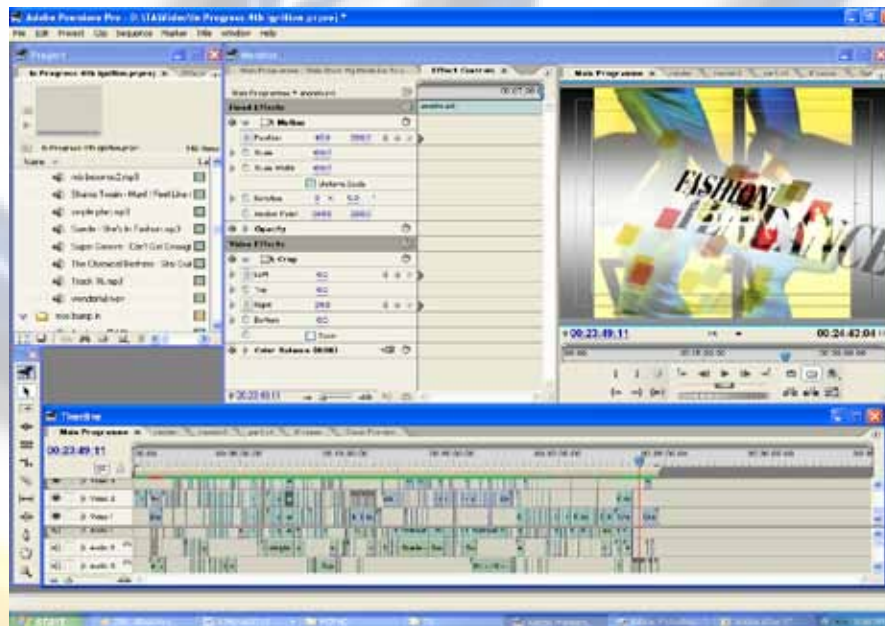
Gambar 3.13 Untuk membuat teks pembantu awalnya dibuat dulu di *adobe photoshop 7.0* lalu ditransfer ke *adobe premiere pro 1.0*.



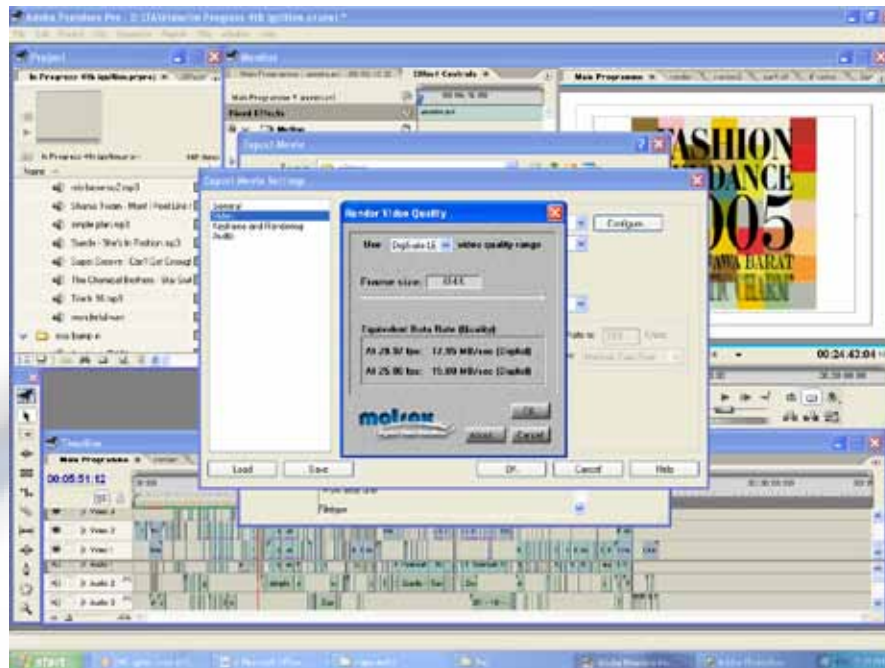
Gambar 3.14 Ini adalah contoh lain dari dari pembagian frame lebih dari satu dan menggunakan efek *crop* dan *color balance RGB*.



Gambar 3.15 Untuk membuat *motion graphic* pada *credit title* menggunakan efek *masking* dan *blending* pada software *adobe after effect 6.0*.



Gambar 3.16 Setelah proses *rendering* selesai lalu dimasukan ke *adobe premiere pro 1.0* untuk dimasukan musik yang telah dibuat oleh penulis.



Gambar 3.17 Setelah hasil pengeditan beres lalu tiba pada proses *rendering* dengan menggunakan compressor *MATROX* dengan kualitas *Digital*.



Gambar 3.18 Setelah proses *rendering* selesai lalu diteruskan kepada software *TMPEnc 3.0 XPRESS* untuk membuat file *avi* menjadi *mpeg*.



BAB IV

RINCIAN TUGAS

4.1 Cakupan Teknis Yang Dikerjakan

Pembahasan mengenai cakupan teknis yang dikerjakan oleh penulis dalam pembuatan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- A. Hasil akhir dalam bentuk VCD untuk konsumsi umum dan Mini DV untuk master
- B. Storyline, sebagai panduan susunan acara yang berfungsi untuk membantu kita pada saat mengambil stockshoot maupun editing, sekaligus sebagai pendukung untuk storyboard.

- C. Musik/background dan narasi, digunakan untuk memperkuat kesan-kesan yang ingin ditampilkan dalam film agar memperjelas topik yang sedang dibicarakan dan agar terlihat lebih menarik.
- D. Proses Editing dan Motion Graphic untuk memperkuat konsep yang telah ditentukan oleh penulis.

4.2 Identifikasi TV Program

Jenis TV Program : Fashion dan Life Style “FASHION TENDANCE 2005”
Tema : ECLECTIC CHARM
Judul Episode I : Trend Fashion di Kota Bandung
Durasi : 30 menit (dengan iklan)
Hari/Jam Tayang : Jum’at/20.00 WIB
Teknik Produksi : Video

Spesifikasi software : 1. Adobe Photoshop 7.0
2. Adobe Premiere Pro 1.0
3. Adobe After Effect Pro 6.0
4. Sonic Foundry Sound Forge 6.0
5. TMPGEnc 3.0 XPRESS
6. Final Cut Pro HD 4.5
7. Cool Edit Pro 2.0

Perancangan TV Program “Trend Fashion di Kota Bandung” meliputi :

1. Sinopsis
2. Storyline
3. Storyboard
4. File Avi (720 x 576 pixel, berdurasi 30 menit)
pada master dan output Mpeg (320 x 288) untuk VCD.

4.3 Materi Isi

Materi isi TV Program ini dibagi menjadi empat segmen atau bagian, yaitu antara lain:

4.3.1 Opening

Sneak preview yaitu cuplikan-cuplikan tayangan yang akan tampil pada acara ini. Presenter membuka acara. Prologue mengenai tempat yang memiliki pengaruh besar dalam dunia fashion di tanah air dan komentar para fashion mania.

4.3.2 Content 1

Liputan mengenai tempat-tempat perbelanjaan yang ada di tempat tersebut serta wawancara dengan orang-orang didalamnya.

4.3.3 Content 2

Menjelaskan mengenai acara fashion show yang diadakan di tempat tersebut, misalnya wawancara dengan perancang dan pihak-pihak lainnya yang turut serta, serta sebagai pengantar kepada klimaks ke sebuah acara fashion show, misalnya fashion show yang diadakan oleh APPMI.

4.3.4 Klimaks dan Closing

Klimaks dari tayangan ini berupa acara fashion show yang dimeriahkan oleh model-model setempat dari seorang perancang yang di wawancara pada content 2. Serta penutup tayangan memberikan kesan dan pesan kepada pemirsanya.

4.4 Story Line

Pembuatan story line pada episode awal ini yang berjudul “Trend Fashion di Kota Bandung”, memiliki alur cerita yang dibagi menjadi empat segmen atau bagian, yang terdiri dari:

4.4.1 Opening, berdurasi sekitar 5 menit

- a. Sneak Preview Trend Fashion di Kota Bandung.
- b. Presenter membuka acara.
- c. Prologue mengenai Bandung sebagai kota wisata belanja.
- d. Komentar para fashion mania.
- e. Informasi mengenai distro.

4.4.2 Content 1, berdurasi sekitar 5 menit

- a. Presenter menyapa pemirsa.
- b. Stockshoot distro anonim.
- c. Wawancara dengan Ating, salah satu karyawan dari distro Anonim.
 - Mode yang sedang trend saat ini.
 - Hubungannya mode dengan musik.
- d. Wawancara dengan Agus, salah satu karyawan dari distro Bn’C.
 - Perkembangan Mode di Indonesia.
 - Pengaruh distro bagi perkembangan mode di Bandung.
 - Pakaian yang sedang digemari oleh pengunjung-pengunjung Bn’C.

4.4.3 Content 2, berdurasi sekitar 8 menit

- a. Persiapan menjelang acara fashion show yang diadakan oleh APPMI.
- b. Presenter menyapa pemirsa.
- c. Wawancara dengan asisten perancang dari Malik Moestaram yang bernama Indra.
 - Tema yang diambil untuk acara fashion show yang diadakan oleh APPMI.
 - Alasan mengambil tema tersebut.
 - Pengaruh terhadap budaya.
- d. Wawancara dengan panitia acara fashion show yang diadakan oleh APPMI.
 - Tujuan dari acara fashion show yang diadakan oleh APPMI.
 - Tema yang diambil untuk acara TV Program FASHION TENDANCE 2005.
 - Persiapan dari acara fashion show yang diadakan oleh APPMI dan siapa saja yang akan tampil.

4.4.4 Klimaks dan Closing, berdurasi sekitar 6 menit 43 detik

- a. Acara fashion show dari Malik Moestaram.
- b. Pemberian bunga kepada Malik Moestaram dari Audience.
- c. Kesan dan pesan menggunakan narasi kepada para pemirsa.
- d. Credit title.

4.5 Sinopsis

Dari berbagai macam tempat-tempat di Indonesia yang kemajuan dunia fashionnya cukup pesat, ada salah satu kota di Jawa Barat yang merupakan ibukota dari Jawa Barat. Kota Bandung ini merupakan salah satu kota wisata belanja yang ada di Indonesia, dengan berkembangnya factory-factory outlet, dan distro-distro

yang semakin banyak di Bandung ini dapat membuat suatu trend fashion baik itu di Bandung maupun di luar Bandung serta sanggup menarik perhatian wisatawan-wisatawan lokal untuk berkunjung dan berbelanja.

Kota Bandung yang dikenal dengan sebutan kota Paris Van Java ini memang tak salah, selain karena bangunan-bangunannya banyak memiliki kemiripan dengan kota Paris sana kemajuan dunia fashionnya juga seolah berakar dari kota Paris yang terkenal dengan sebutan kota fashion.

Factory-factory outlet ini banyak kita temui di kawasan jalan Dago dan jalan Martadinata, tetapi selain itu banyak juga factory-factory outlet lainnya yang tersebar di kota Bandung ini. Distro-distro yang bermunculan di kota Bandung ini tak kalah banyaknya bahkan melebihi factory outlet, karena mengingat modal yang diperlukan untuk membangun sebuah distro masih jauh lebih kecil dibandingkan factory outlet.

Setiap week-end atau akhir minggu banyak sekali wisatawan-wisatawan lokal yang ingin berkunjung ke distro-distro dan factory outlet. Trend fashion atau pakaian yang sedang digemari saat ini itu adalah back to oldies dan yang bergaya-gaya pop art. Mode back to oldies ini tidak sepenuhnya meniru atau sama persis dengan pakaian jaman dulu, karena mode back to oldies sekarang ini sudah dicampur atau hasil hybrid dengan mode jaman sekarang. Pencampuran 2 unsur yang berbeda seperti ini disebut dengan 'ECLECTIC'. Begitu pula dengan mode yang bergaya pop art, apalagi mode yang bergaya seperti ini banyak digemari oleh abg-abg yang pikirannya selalu ingin mencoba sesuatu yang baru.

Untuk mode "back to oldies" seperti ini banyak ditemui di factory-factory outlet, dan untuk mode yang bergaya pop art seperti ini banyak ditemui di distro-distro. Selain distro dan factory outlet di Bandung juga banyak sekali perancang-perancang muda yang berbakat, maka dari itu APPMI selaku sponsor utama dari acara TV Program FASHION TENDANCE 2005 ini mengadakan acara fashion show yang diikuti oleh perancang-perancang muda Bandung.

Untuk episode kali ini penulis menampilkan perancang termuda dari acara fashion show yang diadakan oleh APPMI yaitu Malik Moestaram. Malik Moestaram ini rencananya akan diwawancara namun karena berhalangan hadir maka digantikan oleh asistennya. Wawancara berlangsung di suatu kafe di Bandung. Tema yang diambil oleh Malik Moestaram ini masih berbau back to oldies yaitu Good Girl Meets Bad Girl. Tema ini menggambarkan bahwa pada jaman dahulu itu keadaan pada saat perempuan nakal bertemu dengan perempuan baik itu akan di gambarkan oleh Malik Moestaram pada acara fashion show ini.

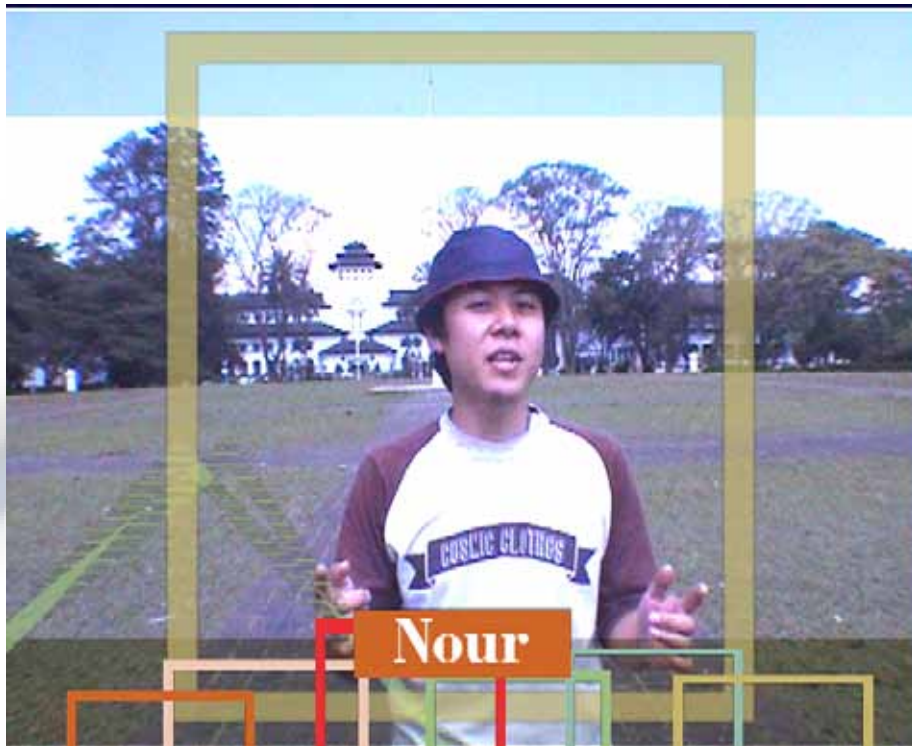
4.6 Contoh Visual

Contoh visual, akan ditampilkan beberapa bagian dari setiap segmen yang mewakili:

a. **Bagian Pembuka (Opening) segmen 1.**



Gambar 4.1 Sneak Preview yang berada pada awal acara



Gambar 4.2 Presenter membuka acara di depan Gedung Sate tepatnya dilapangan Gasibu Bandung.



Gambar 4.3 Salah satu Factory Outlet yang berada di kawasan Dago.



Gambar 4.4 Wawancara dengan salah satu pengunjung factory outlet yang berasal dari Jakarta.



Gambar 4. 5 Salah satu distro yang sudah memiliki nama di Bandung.

b. Bagian Isi 1



Gambar 4.6 Ating sedang menjelaskan hubungan musik dengan mode.



Gambar 4.7 Kaos atau T-shirt yang bergaya *Pop Art*.



Gambar 4.8 Distro Bn'C yang sebagian besar produknya bergaya *Pop Art*.



Gambar 4.9 T-Shirt, kemeja dan sweater menjadi salah satu produk andalannya.

c. Bagian Isi 2



Gambar 4.10 Persiapan menuju acara fashion show yang diadakan oleh APPMI.



Gambar 4.11 Wawancara dengan asisten perancang dari Malik Moestaram dan panitia dari acara fashion show yang diadakan oleh APPMI



Gambar 4.12 Indra sedang menjelaskan tema yang diambil oleh Malik Moestaram kepada pemirsa.

d. Bagian Klimaks dan Penutup (Closing)



Gambar 4.13 Tema yang digambarkan oleh Malik

Moestaram yaitu *'good girl meets bad girl'*



Gambar 4.14 Salah satu contoh pakaian *'good girl'* dengan asesoris bunga di leher.



Gambar 4.14 Salah satu contoh pakaian *'bad girl'* dengan asesoris bunga di leher.



Gambar 4.16 Pengujung acara fashion show dimana seluruh model berkumpul untuk beraksi yang terakhir kalinya.



Gambar 4.17 Malik Moestaram menerima bunga dari *audience* sebagai tanda bahwa penampilan busananya cukup mengesankan.

DAFTAR PUSTAKA

Effendy, Heru. 2002. Mari Membuat Film. Panduan Pustaka. Yogyakarta.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1989. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka. Jakarta.

Mulyana, Dedy, dan Subandi, Idi Ibrahim. 1996. Bercinta dengan Televisi. Remaja Rosda Karya. Bandung.

Harian Umum Kompas, 10 September, 1996.

Harian Umum Sore Sinar Harapan, tahun 2003.

The New Dictionary of Cultural Literacy, Third Edition. 2002.

Harian Umum Kompas, Sabtu, 18 Oktober 2003.

Zain, Badudu. 1994. Kamus Umum Bahasa Indonesia. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.

Nova Mingguan Berita Wanita, 23 Agustus, 2005.

DAFTAR ISTILAH

Anti Aliasting satu metoda untuk menghaluskan pinggiran yang bergerigi dalam *image* bitmap. Hal ini biasanya disamarkan dengan menambahkan bayangan pada pinggiran gambar dengan menambahkan warna antara pinggiran dan *background*, membuat transisi menjadi tidak nyata. Metoda lain dari *anti-aliasting* adalah melibatkan penggunaan resolusi tinggi pada perangkat output.

Camera angle sudut kamera. Ruang pandang kamera ketika sebuah set akan diambil gambarnya. Istilah tinggi, rendah, dan lebar didasari oleh norma imajiner dengan perkiraan kamera 35 mm dengan lensa 2 inchi (50 mm) mengaruh pada adegan setinggi bahu.

Editing proses penyatuan gambar dari shoot yang telah diambil kedalam mesin editing (computer). Rangkaian pengeditan tersebut meliputi penyatuan gambar, pemberian transisi, pemberian efek video, pemberian sound musik, pemberian sound efek, penyatuan narasi, hingga finishing.

Editor orang yang bertanggung jawab untuk mendapatkan seluruh program gambar dan mengaturnya kedalam kesatuan yang koheren. Pada banyak kesempatan, seorang editor kreatif dapat menyelamatkan atau minimal meningkatkan fersi akhir film.

Film media untuk merekam gambar yang menggunakan selluloid sebagai bahan dasarnya. Memiliki berbagai macam ukuran lebar iota, seperti 16 mm dan 35 mm.

Frame suatu gambar dari banyak gambar pada gulungan film yang telah diekspose. Ukuran frame bervariasi sesuai format yang akan diambil gambarnya.

Keyframe adalah suatu point untuk membimbing kita dalam melakukan suatu perubahan pada moion dan berfungsi juga untuk mengubah ukuran suatu motion atau efek.

Lower Third adalah suatu informasi yang berupa teks yang berada dibawah layar televisi dengan bentuk framing atau lay-out.

Mixing pekerjaan mengkombinasikan sejumlah trek suara yang berbeda kedalam sebuah trek.

Motion suatu pergerakan pada suatu image atau visual.

Narasi suara pada *soundtrack* film yang menggambarkan tindakan atau memberitahukan jalan cerita.

Rendering suatu proses untuk menyatukan video-video atau stockshoot sehingga menjadi suatu file.

Reader para pemirsa yang akan menyaksikan film.

Script hasil kerja tertulis yang menjadi bahan pembuatan film. Pada tahap awal, naskah disebut *treatment*, pada tahap akhir disebut sebagai *shooting script*.

Shoot mengekspose film (lebih baik menggunakan kamera lensa) terhadap sebuah objek.

Sound effect koleksi rekaman suara untuk digunakan dalam film, mulai dari suara kepalan tangan memukul rahang sampai dengan suara pesawat jet. Kemampuan untuk mengontrol kejelasan dan volume ini menyebabkan suara-suara praperekaman ini akan sering digunakan daripada yang sesungguhnya.

Sound Musik/Backsound latar belakang musik yang mengiring pada film yang dibuat.

Storyboard sejumlah sketsa yang menggambarkan aksi dalam film, atau bagian khusus film yang disusun teratur pada papan bulletin dan dilengkapi dengan dialog yang sesuai waktunya atau deskripsi adegan. Storyboard digunakan untuk mempermudah dan mempermudah pengambilan gambar.

Storyline rangkaian cerita utama dari pertama hingga akhir. Di dalamnya memuat apa yang harus dilakukan dalam pengambilan gambar, jalan cerita dan sebagainya, sehingga keseluruhan krew baik itu pemeran film atau pekerja film terjadi kesinkronan.

Video transmisi elektronik atau penerimaan gambar (sebagai lawan dari audio, yang berarti suara).

Zoom Shoot gambar yang diambil dengan lensa zoom untuk memperoleh gambar objek dari kejauhan. Kadang digunakan daripada menggerakkan dolly kedepan dan kebelakang.

Credit Titles penamaan aktr dalam film dan para ahli yang membuat fil tersebut.

Dissolve efek optis antara dua penegmbilan gambar dengan gambar kedua mulai muncul ketika gambar pertama secara bertahap mulai menghilang.

Dubbing perekaman suara manusia secara sinkron dengan gambar film. Suara mungkin atau mungkin tidak berasal dari actor yang sesungguhnya atau bahasa yang digunakan ketika film itu dibuat.

Aliasing tampilan yang tidak akurat yang disebabkan oleh keterbatasan perangkat *output*. Secara tipikal, *aliasing* muncul dalam bentuk gerigi sepanjang kurva dan sisi luar bentuk.

Aspec Ratio rasio dari perbandingan dimensi lebar dan tinggi dalam sebuah image atau gambar. Mempertahankan aspek rasio berarti pengubahan nilai dari salah satu dimensi akan memberikan efek yang sama terhadap dimensi yang lain.

AVI akronim untuk Audio Video *Interleaved*, suatu format standar untuk Video digital pada Video *for Windows*.

Batch Capture sebuah proses otomatis yang menggunakan EDL (*Edit Decision Lis*) dan untuk melokalisir dan *me-recapture* klip secara spesifik dari sebuah pita video, biasanya digunakan pada *data-rate* yang lebih tinggi dari klip yang telah *di-capture* sebelumnya.

Bit singkatan dari *biniary digit*, elemen terkecil dari memori computer. Dalam hal ini,

Bit digunakan untuk memberikan nilai warna dari *pixel* dalam sebuah *image*. Lebih banyak nilai bit yang digunakan dalam sebuah *pixel*, akan lebih banyak warna yang tersedia dalam suatu *image.encode*

- 1-bit setiap *pxel* yang mewakili warna hitam dan putih.
- 4-bit mnyediakan 16 warna atau *gray scale*.
- 8-bit menyediakan 256 warna atau gradiasi *gray scale* yang lebih halus.
- 16-bit menyediakan lebih kurang 65,536 warna.
- 24-bit menyediakan lebih kurang 16.7 juta warna.

Bitmap sebuah format *image* yang dibuat dari sekumpulan titik atau *pixel* yang disusun dalam baris.

Blacking proses persiapan dalam sebuah pita video untuk *insert* dengan merekam video. Jika VCR mendukung *time code*, maka *time code* akan direkan secara terus menerus, atau disebut sebagai *stripping*.

Channel klasifikasi dari informasi dalam sebuah *file* data untuk mengisolir pada sebagian aspek dari keseluruhan *file*. Sebagai contoh, *image* warna menggunakan kanal yang berbeda untuk membedakan komponen warna dalam *image*. File audio stereo menggunakan kanal untuk mengenali suara yang dating untuk ditempatkan pada *speaker* kiri dan kanan. File video menggunakan kombinasai kanal yang digunakan untuk file audio dan video.

Codec singkatan dari kata *compressor/decompressor, software* yang melakukan kompresi dan dekompresi data *image*. Codec dapat diimplementasikan dalam *hardware* maupun *software*.

Composite Video video komposit meng-*encode* informasi *luminance* dan *chrominance* ke dalam sebuah sinyal. VHS dan video 8mm adalah format yang dapat melakukan perekaman dan *playback* menggunakan format video komposit.

Compression suatu metoda untuk membuat ukuran file menjadi lebih kecil dalam *disk*. Terdapat dua jenis kompresi, *lossless* dan *lossy*. File yang dikompres menggunakan metode *lossless* dapat dikembalikan dalam keadaan semula tanpa perubahan. Video dengan metoda kompresi *lossy* akan mengalami penurunan kualitas, dan akan memiliki penampilan yang berbeda saat dikembalikan pada keadaan semula.

Digital 8 format pita video digital yang merekam audio dan video secara DV pada pita Hi8. beberapa *camcorder* digital 8 dan VCR dapat memainkan kedua jenis pita Hi8 dan 8mm.

Digital Video video digital menyimpan informasi dalam *bit demi bit* dalam sebuah file.

MPEG akronim untuk *Motion Pictures Experts Group*. Kompresi standar untuk *image* bergerak. Dibandingkan dengan M-JPEG, format MPEG memberikan reduksi data sebesar 75 sampai 80% dengan kualitas visual yang sama.

Non-interlaced metoda *refresh* dimana *image* secara lengkap dibangun tanpa garis telusur. Sebuah *image non-interlaced* (seperti monitor computer) akan memiliki kedipan yang lebih sedikit dibandingkan dengan *image interlaced* (seperti dalam pesawat televisi).

NTSC akronim untuk *National Television Standards Committee*, standar warna televisi yang diciptakan tahun 1953 menggunakan garis dan 60 *image field* per detik. NTSC digunakan Amerika utara dan tengah, Jepang dan beberapa negara lain.

PAL akronim untuk *Phase Alternation Line*. Standar warna televisi yang dikembangkan di Jerman dan menggunakan 625 garis dan 50 *image field* per detik. PAL adalah standar system warna yang dominan di benua Eropa.

Pixel singkatan dari *Picture element*. *Pixel* merupakan elemen terkecil dalam sebuah *image*.

RGB akronim untuk *Red Green And Blue*, warna dasar dari campuran warnastereophonic yang ada. RGB merupakan metoda yang digunakan pada teknologi computer dimana informasi *image* dipisahkan kedalam tiga warna dasar.

SECAM akronim untuk *Sequential Couleur a Memorie*. Transmisi warna televi yang digunakan Prancis, dan Eropa Timur, dikembangkan dari system PAL yang beroperasi dengan 625 garis dan *frame rate* 50 fps.

SIF *Standard Image Format*, format MPEG-1 dengan resolusi PAL 352 x 288 dan NTSC 352 x 240.

SPDIF *Sony/Pilips Digital Interface*, merupakan pengembangan lebih lanjut pada teknologi antarmuka digital. Digunakan untuk transfer audio digital.

Stereo adalah kependekan dari *stereophonic* dan dikembangkan pada sekitar tahun 1950, yang merupakan system reproduksi suara menggunakan dua kanal audio yang independen.

S-VHS pengembangan lebih lanjut dari VHS menggunakan S_Video dan pita Video berlapis partikel metal untuk mengirimkan gambar yang tajam dan memiliki resolusi *luminance* yang tinggi dis