BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia *modeling* adalah suatu dunia profesi yang menuntut adanya kondisi fisik yang prima dan menarik serta kemampuan – kemampuan khusus dari setiap orang, baik pria maupun wanita yang telah memilih untuk berkarir di dalamnya.

Wajah yang menarik, tubuh yang tinggi semampai belum tentu menjadi jaminan bagi orang tersebut untuk menjadi seorang model papan atas. Perlu banyak keterampilan lain yang berkaitan dengan dunia kecantikan dan mode agar orang tersebut dapat mengembangkan diri serta berhubungan dengan jaringan – jaringan modeling yang ada, baik di dalam negeri maupun luar negeri.

Keterampilan – keterampilan yang berkaitan dengan dunia kecantikan dan mode adalah hal yang sangat pernting untuk dikuasai oleh seseorang yang ingin berprofesi sebagai model professional. Namun, cara mendapatkan informasi mengenai keterampilan tersebut secara baik dan benar sangat sulit dan terbatas.

Hal inilah yang membuat John Casablancas mendirikan lembaga pendidikan *modeling* pada tahun 1980 di Amerika, yang dikenal dengan nama John Casablancas *Modeling & Career Center* (JCC) (Casablancas, 1997, p.1).

John Casablancas *Modeling and Career Center* (JCC) saat ini sudah memiliki 47 outlet , Indonesia merupakan yang ke-44 dan yang pertama untuk Asia Pasifik. JCC di Indonesia didirikan dibawah PT. Putri Pertiwi Mandiri. JCC adalah lembaga pendidikan bagi wanita maupun pria dari usia pra-remaja sampai dengan dewasa yang ingin membina karier di dalam dunia modeling maupun di bidang karir lainnya (Casablancas, 1997,p.1).

Tujuan utama dari John Casablancas *Modeling and Career Center* adalah untuk memberikan pelatihan yan dapat mewujudkan bakat alami secara maksimal, sehingga mampu mengembangkan karir yang cemerlang dengan cara meningkatkan kemampuan diri untuk mengejar prestasi terbaik dibidang modeling. Pelatihan tersebut juga diharapkan dapat membantu peserta untuk mengembangkan diri di bidang lain yang terkait, dimana penampilan pribadi yang menarik sangat diutamakan (Casablancas, 1997,p.i).

Di Indonesia, profesi sebagai model adalah profesi yang antara menjanjikan dan sulit "dijual". Seperti yang dikatakan Brigitta Maria (John Casablancas *Modeling and Career Center*) pada *talk show* " Kiat Menjadi Model Internasional " dalam rangkaian program " Jakarta *Fashion and Food Festival* 2004" (JFFF) di Hotel Nikko : " Model asing ternyata lebih matang dan bertanggung jawab. Yang penting bagi model memang bukan ego terhadap baju, karena harus menawarkan keindahan baju". Mungkin di Indonesia belum ada kesiapan profesi model sebagai pekerjaan, prediksi Brigita. Beliau juga menyarankan bahwa seorang model harus bisa merawat kecantikan, kebugaran dan disiplin (Sinar Harapan, Trend, 2004). Ria Juwita, seorang peragawati senior Indonesia, juga mengatakan bahwa model adalah profesi yang harus dijalani dengan tekun. Adapun kriteria standar model adalah bakat, disiplin, memiliki sikap yang baik dan kooperatif serta mau menerima kritik (PDAT , apasiapa, 2004).

Hal tersebut secara tidak langsung menyatakan bahwa menjadi model adalah sesuatu yang tidak mudah. Banyak kriteria serta keterampilan yang harus dimiliki, Ini menunjukkan betapa pentingnya suatu lembaga pendidikan *modeling* bagi seseorang yang ingin berprofesi sebagai model. Karena profesi *modeling* di Indonesia masih berada di antara sesuatu yang menjanjikan dan sulit "dijual", maka lembaga pendidikan *modeling* perlu melakukan komunikasi pemasaran yang efektif. Namun pada kenyataanya, John Casablancas

Modeling & Career Center (JCC), Indonesia, tidak begitu banyak memasang iklan tetapi lembaga pendidikan ini dapat tetap eksis dan beroperasi hingga saat ini.

John Casablancas *Modeling and Career Center* (JCC), Indonesia , membuka kelas *modeling* dengan jumlah peserta minimal 8 orang / kelas dan maksimal 12 orang / kelas. Kelas *modeling* tersebut berlangsung selama 62 hari (11 minggu). Kurikulum yang diajarkan di JCC ada 11 , yaitu : *General Area, Skin Care, Make-up, Runway, Communication, Hair, Fashion, Nutrition, Photography, Television, exercise*. Kesebelas mata pelajaran tersebut akan dipresentasikan oleh para murid pada minggu ke-11 dalam bentuk *fashion show*. Murid – murid mempraktekan apa yang telah mereka pelajari kemudian mempresentasikannya dihadapan para orang tua dan fasilitator.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan ilmu pemasaran mengenai mengembangkan komunikasi yang efektif. Langkah pertama yang harus dilakukan dalam mengembangkan komunikasi yang efektif adalah mengidentifikasi audiens sasaran. Sebagian besar analisis atas audiens memerlukan penilaian citra pelanggan saat ini tentang perusahaan, produk dan pesaingnya (Kotler,2002, p.627). Pada penelitian ini hanya akan diteliti dari sisi perusahaan dan produk (dalam penelitian ini adalah jasa), menggunakan skala pengenalan (*familiarity scale*) dan skala kesukaan (*favorability scale*). Skala pengenalan digunakan untuk mengukur pengetahuan audiens terhadap objek. Skala kesukaan merupakan suatu skala yang digunakan untuk mengukur tingkat kesukaan responden yang telah mengenal produk (Kottler, 2002.p627).

Skala pengenalan dan skala kesukaan akan diteliti kepada murid – murid (alumni) JCC, Indonesia, periode 2005-2006.

Penelitian ini berguna untuk membangun kesadaran audiens sasaran akan adanya JCC, Indonesia dan mengatasi / mempertahankan citra negative / positif dari jasa yang dimiliki oleh JCC, Indonesia serta meningkatkan pelayanan jasa pendidikanyang diberikan.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang akan dikemukakan dalam karya tulis ini adalah :

1.2.1 Bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh John Casablancas *Modeling and Career Center*, PT. Putri Pertiwi Mandiri ?

1.2.2 Bagaimana tingkat pengenalan murid – murid (alumni) John Casablancas *Modeling and Career Center,* PT. Putri Pertiwi Mandiri sebelum mereka mengikuti pelatihan ?

1.2.3 Bagaimana tingkat kesukaan murid – murid (alumni) John Casablancas *Modeling and Career Center*, PT. Putri Pertiwi Mandiri, terhadap jasa pendidikan yang telah diberikan?

1.2.4 Bagaimana tindak lanjut murid – murid (alumni) John Casablancas *Modeling and Career Center*, PT. Putri Pertiwi Mandiri, setelah mengikuti kursus?

1.2.5 Bagaimana hubungan antara tingkat kesukaan dari para murid – murid (alumni) John Casablancas *Modeling and Career Center* terhadap tindak lanjut untuk merekomendasikan JCC kepada teman – teman/ saudaranya ?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh John Casablancas *Modeling and Career Center*, PT. Putri Pertiwi Mandiri. (T1)

1.3.2 Untuk mengetahui bagaimana tingkat kesadaran murid – murid (alumni) terhadap John Casablancas *Modeling and Career Center*, PT. Putri Pertiwi Mandiri sebelum mereka mengikuti pelatihan.(T2)

1.3.3 Untuk mengetahui bagaimana perasaan suka murid – murid (alumni) John Casablancas *Modeling and Career Center*, PT. Putri Pertiwi Mandiri, terhadap jasa pendidikan yang telah diberikan. (T3)

1.3.4 Untuk mengetahui bagaimana perilaku murid – murid (alumni) untuk merekomendasikan John Casablancas *Modeling and Career Center*, PT. Putri Pertiwi Mandiri, setelah mengikuti kursus. (T4)

1.3.5 Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara tingkat kesukaan dari para alumni dengan perilaku mereka untuk merekomendasikan JCC kepada teman – teman/ saudaranya. (T5)

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Menambah wawasan mengenai pendidikan modeling yang diselenggarakan oleh John Casablancas *Modeling and Carreer Center*, PT. Putri Pertiwi Mandiri.

1.4.2. Menambah wawasan mengenai aplikasi ilmu komunikasi pemasaran di dalam bidang pendidikan *modeling*.

1.4.3. Memberikan rekomendasi / saran bagi John Casablancas *Modeling and Career Center*, PT. Putri Pertiwi Mandiri untuk meningkatkan komunikasi pemasaran melalui bauran komunikasi pemasaran (*promotion mix*).

1.4.4. Memberikan masukan bagi John Casablancas *Modeling and Career Center* mengenai bagaimana mempertahankan / meningkatkan tingkat kesukaan untuk murid – murid John Casablancas *Modeling and Career Center*,PT. Putri Pertiwi Mandiri, dikemudian hari terhadap jasa pendidikan yang diberikan.