

## SISTEM KERJA PADA DIVISI *WARDROBE* DI NET MEDIATAMA TELEVISI

Abdul Varis Pratama<sup>1</sup>, Dr. NurEndahPurwanigsihM.Pd.<sup>2</sup>, Dra.  
EndangPrahastutiM.Pd.<sup>3</sup>

S1 Pendidikan Tata Busana

e-mail: [varispratama3@gmail.com](mailto:varispratama3@gmail.com), [nur.endah.ft@um.ac.id](mailto:nur.endah.ft@um.ac.id), [epracraft@gmail.com](mailto:epracraft@gmail.com)

### ABSTRAK

Net Mediatama Televisi (*News and Entertainment Television*) merupakan sebuah stasiun televisi swasta. NET meluncurkan sebuah media yang berfokus pada tayangan hiburan dan berita. Kedudukan busana pada bidang hiburan memiliki peranan yang sangat penting dan saling berkaitan, salah satunya pada acara-acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi atau *Television Production*. NET memiliki sebuah struktur organisasi, salah satunya adalah divisi servis. Divisi servis juga mempunyai beberapa posisi, salah satunya adalah *wardrobe*.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan sistem kerja divisi *wardrobe* yang meliputi *purchasing*, sponsor, sewa, *warehousing*, *barcoding*, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan meliputi, wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil, (1) *Jobdescription* sebagai seorang *wardrobe purchasing*, sponsor, sewa, *warehousing*, *barcoding*. (2) Prosedur kerja sebagai seorang *wardrobe purchasing*, sponsor, sewa, *warehousing*, *barcoding*.

Kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwa seorang *wardrobe* mempunyai prosedur kerja yang berbeda-beda menurut tugasnya, (1) Peran *wardrobe purchasing*, sponsor, sewa, *warehousing*, *barcoding* sangat penting karena pada divisi ini cukup dominan dalam pelaksanaan proses dan prosedur pembelian dan pengadaan, baik dalam pembelian kebutuhan *wardrobe* untuk persediaan *wardrobe* di gudang maupun pembelian yang akan dipakai secara langsung untuk keperluan operasional *wardrobe* itu sendiri, (2) *Warehousing* bertujuan agar semua inventaris tertata rapi sesuai penggolongan jenis, serta perawatan pada setiap inventaris, sedangkan *barcoding* adalah salah satu cara untuk mendata inventaris *wardrobe* supaya proses input data lebih cepat dan akurat.

Saran dalam penelitian ini, seorang *wardrobe* tidak hanya terpaku pada ketentuan produser, melainkan *wardrobe* juga harus inisiatif dengan memperhatikan kebiasaan atau karakter pemakainya dengan itu *wardrobe* bisa mengombinasikan menggunakan insting berdasarkan apa yang telah dipelajari.

**Kata Kunci:** *Wardrobe*, *purchasing*, sponsor, sewa, *warehousing*, *barcoding*, NET.

### PENDAHULUAN

Ilmu tidak hanya sekedar dalam bidang teori tetapi juga diperlukannya praktik lapangan. Hal itu yang ditekankan pada setiap lembaga pendidikan tingkat perguruan tinggi sebagai capaian dalam pembelajaran

selama perkuliahan. Namun di dalam proses belajar bagi sebuah lembaga pendidikan khususnyapada Prodi Pendidikan Tata Busana di Universitas Negeri Malang, sangat perlu pengalaman belajar bekerja secara nyata di dunia industri sesuai dengan

bidang profesi yang ditekuni mahasiswa sebagai penyempurna capaian kompetensi dengan adanya mata kuliah (PI) Praktik Industri.

Kedudukan busana pada bidang hiburan memiliki peranan yang sangat penting dan saling berkaitan, salah satunya pada acara-acara yang ditayangkan oleh stasiun televisi atau *Television Production*. Zuhra (2018:1), berpendapat bahwa televisi merupakan media elektronik telekomunikasi yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak dengan suara, baik itu monokrom (hitam putih) atau pun berwarna.

PT. Net Mediatama Television adalah singkatan dengan NET merupakan salah satu stasiun televisi yang menerima program *internship* (magang) untuk divisi *wardrobe*. NET sangat sesuai bagi mahasiswa yang berminat magang dan belajar untuk mengeksplor perkembangan *trend fashion* serta menambah wawasan mengenai menjadi seorang *wardrobe planner*. Pada sebuah perusahaan stasiun televisi juga memiliki sebuah struktur organisasi untuk mencapai suatu tujuan bersama. NET juga dibagi menjadi beberapa divisi, salah satunya adalah servis. Divisi servis secara garis besar bertugas untuk membantu divisi produksi khususnya dalam persiapan. Divisi servis mempunyai beberapa posisi, salah satunya adalah *wardrobe wardrobe* secara garis besar bertugas atau bertanggung jawab penuh mengenai busana yang dikenakan atau yang akan dikenakan seseorang dalam suatu program acara.

Penjelasan tentang sistem kerja divisi *wardrobe*, serta informasi mengenai sistem kerja divisi belanjadan *inventory* di *wardrobe* NET diharapkan mampu menjadi data rujukan Prodi Tata Busana sebagai tambahan referensi pustaka pada kurikulum mendatang dan juga dapat menjadikan stasiun televisi sebagai opsi perusahaan untuk pelaksanaan Praktik Industri (PI) bagi mahasiswa.

## METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2014:4), pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini mengarahkan pada latar dan obyek penelitian secara utuh, sehingga tidak mengisolasi obyek penelitian ke dalam variabel atau hipotesis.

Metode penelitian kualitatif dimanfaatkan oleh peneliti yang ingin meneliti sesuatu dari segi prosesnya dan bermaksud meneliti sesuatu secara mendalam. Pendekatan kualitatif lebih mementingkan proses dari pada hasil, sehingga hubungan antara bagian-bagian akan lebih jelas apabila diamati dalam proses. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif karena pada penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan sistem kerja *wardrobe* belanjadan *inventory* di NET Mediatama Television.

Lokasi penelitian dilaksanakan di NET Mediatama Television dengan alamat gedung *The East* lantai 27-30. Jalan Dr. Ide Anak Agung Gde Agung Blok E3.2, Kav. 1 Mega Kuningan, RT.5/RW.2, Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari *Supervisor wardrobe*, PIC *wardrobe* belanjadan PIC *wardrobe inventory*. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder berupa dokumen berupa foto-foto proses kegiatan *wardrobe* belanjadan *wardrobe inventory*. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan untuk proses analisis data meliputi, reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan dalam penelitian ini menggunakan peningkatan ketekunan, dan triangulasi data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan membahas hasil dari penelitian berdasarkan paparan data dan temuan penelitian pada bab sebelumnya. Pada bab pembahasan ini

peneliti mendeskripsikan sistem kerja yang diterapkan oleh *wardrobe* NET Media utama Televisi pada bagian *wardrobe* belanja (*purchasing*, sponsor, sewa) dan *wardrobe inventory* (*warehousing*, *barcoding*).

#### A. *Wardrobe* Belanja

*Wardrobe* belanja atau juga bisa disebut bagian pengadaan bertugas untuk melengkapi kebutuhan pakaian *wardrobe* untuk program-program acara dengan mengkomunikasikan terlebih dahulu dengan *wardrobe stylist* yang bertugas pada program tersebut.

##### a. *Purchasing*

*Purchasing* yang berarti adalah pembelian merupakan pihak *wardrobe* yang bertanggung jawab atas pembelian inventaris baru guna untuk memenuhi kebutuhan produksi pada suatu program acara. Pada perusahaan yang bergerak di bidang stasiun televisi komersial khusus nyadi visi *wardrobe*, bagian *wardrobe* pembelian sangat diperlukan keberadaannya. *Wardrobe* bagian *purchasing* sangat penting karena dalam peran bagian ini cukup dominan dalam pelaksanaan proses dan prosedur pembelian, baik dalam pembelian kebutuhan *wardrobe* untuk persediaan *wardrobe* di gudang maupun pembelian yang akan dipakai secara langsung untuk keperluan operasional *wardrobe* itu sendiri.

Pada saat proses *purchasing*, *wardrobe* staf melakukan proses pembelanjaan sesuai dengan program dan juga *budget* yang tersedia, tidak hanya membeli pakaian, namun *budget* tersebut sudah termasuk dengan aksesoris dan sepatu. Kemudian pada saat *traffic* (kegiatan berjalan-jalan untuk pembelian baru) hal yang harus diperhatikan, apa saja kebutuhan yang dibutuhkan oleh tim produksi tiap program atau bisa disebut *general request*. Sehingga pada saat kita belanja sesuai permintaan tersebut, tidak boleh lebih dari jumlah yang diminta.

Setiap melakukan transaksi, ada tim yang memegang *budget* yaitu disebut juga dengan tim *procurement*. Tim *procurement* tersebut bertugas untuk melakukan segala jenis transaksi pembayaran yang berhubungan dengan kebutuhan *wardrobe* dan bertanggung jawab untuk laporan keuangan setelah transaksi. Setelah melakukan pembelian, barang yang dibeli diberikan pada pihak *inventory* agar barang tersebut di *input* dan ditempel *barcode* sebagai bukti barang tersebut menjadi barang inventaris milik *inventory wardrobe*.

##### b. Sponsor

Selain memenuhi permintaan kebutuhan *wardrobe* dengan prosedur yang dilakukan saat belanja secara langsung di lapangan, *wardrobe* bagian belanja juga bisa berkerjasama dengan pihak vendor yaitu dengan mengajukan sponsor. Pemilihan sponsor dilakukan oleh *wardrobe* belanja dengan persetujuan dari *supervisor* dan *sponsorship*. *Brand* yang digunakan harus cocok dengan *image* dan *signature style* dari program bersangkutan. *Wardrobe* belanja dapat menghubungi pihak sponsor terkait atau pihak *sponsorship* NET yang akan menghubungi langsung sesuai arahan *wardrobe* belanja.

Menurut Rifon (2004:29), *ponsorship* merupakan bagian penting dari bauran pemasaran yang baru saja mendapat perhatian akademis dengan harapan dapat memengaruhi *audience* melalui koneksi. Pihak *wardrobe* melakukan peminjaman pakaian dari pihak sponsor yang merupakan *brand purchasing* untuk memenuhi kebutuhan dari *wardrobe* untuk program acara tertentu. Kedua belah pihak membuat kesepakatan tertulis terlebih dahulu sebelum mengikat kerjasama yang saling menguntungkan antara keduanya.

Setelah semua prosedur *general request* disetujui oleh *supervisor wardrobe*, maka *wardrobe* sponsor akan membuat janji dengan pihak sponsor untuk memilih barang dan pengambilan barang. *Wardrobe* sponsor berhak memilih barang jenis apapun pakaian yang tersedia di *store* maupun

gudang sponsor sesuai ketentuan dari pihak sponsor yang berlaku. *Wardrobe* harus sangat memanfaatkan dengan maksimal baju seperti apakah yang sesuai dengan program acara yang telah ditentukan. Bentuk kerjasama yang ditawarkan merupakan pencantuman *credit title* dan *template* pihak sponsor pada saat penyangan episode terkait.

Setelah pengambilan akan diberi bukti peminjaman barang yang nanti akan diberikan pada tim *procurement*. Barang sponsor yang telah dipakai wajib di-*laundry* dahulu sebelum dikembalikan kepada pihak *sponsorship*. Kemudian setelah di *laundry*, barang sponsor dikembalikan ke tempat yang sama saat pengambilan barang sponsor dan pihak sponsor melakukan *cross check* untuk melihat kondisi kualitas barang masih sama atau ada kerusakan yang diakibatkan oleh pihak *wardrobe*. Jika kondisi dari barang berbeda dengan kondisi awal peminjaman, maka barang sponsor tersebut akan dikembalikan pada pihak *wardrobe*. dan barang tersebut harus diganti rugi atau sama dengan membeli.

#### c. Sewa

Umumnya opsi ini dilakukan jika terdapat *generalrequest* dari tim kreatif program, namun *wardrobe* tidak memiliki produk tersebut dalam *inventory*. Sewa menurut Diana dan Setiawati (2017:399), merupakan perjanjian kontrak antara penyedia jasa dan peminjam, dimana penyedia jasa memberikan hak sementara kepada peminjam untuk menggunakan aset tertentu milik penyedia jasa selama periode waktu yang telah disepakati. Dengan menerapkan metode sewa menurut Anwari (1987:14-15), akan lebih menghemat biaya dalam hal pengeluaran dana tunai, dibanding dengan membeli secara tunai.

Pada proses sewa kostum dalam divisi *wardrobe*, tim kreatif produksi terlebih dahulu membuat *generalrequest*, selanjutnya tim *wardrobe* menghubungi penyedia jasa kostum terkait ketersediaan kostum. Setelah transaksi selesai, bukti transaksi diserahkan kepada tim *procurement* sebagai bukti tertulis. Setelah selesai digunakan, kostum sewa tersebut dikembalikan sesuai perjanjian waktu

pengembalian dan kondisi kostum. Berbeda dengan prosedur sponsor yang setelah pemakaian harus di-*laundry* terlebih dahulu agar bisa dikembalikan, sedangkan untuk barang sewa tidak perlu melakukan *laundry* setelah pemakaian. Dari uraian di atas, tidak semua kelebihan dari sewa-menyewa tersebut cocok diterapkan pada setiap divisi tergantung kegunaan barang yang disewa tersebut.

#### B. *Wardrobe Inventory*

*Wardrobe inventory* adalah divisi *wardrobe* yang bertanggung jawab mengenai *warehousing* dan *barcoding* stok pakaian *wardrobe*, aksesoris, dan semua kebutuhan *wardrobe* yang merupakan inventaris dari perusahaan. Tugas *inventory* staf dibagi menjadi *warehousing inventory* dan *barcoding inventory*.

##### a. *Warehousing*

*Wardrobe* divisi *warehousing* melibatkan tugas penyimpanan dan pemeliharaan barang atau pakaian di dalam *inventory*. Menurut pendapat Phohl (2004:124) dalam Kappauf, dkk (2012:99), *warehouse* didefinisikan sebagai unit struktural sumber daya dan ketentuan perusahaan yang diperlukan dalam pelaksanaan proses inventarisasi dan manajemen gudang, termasuk unit divisi yang terlibat. Pada awalnya, sebuah sistem *warehouse* adalah sistem manajemen stok murni, yang tujuannya menjaga jumlah dan alokasi di dalam *inventory*, serta fungsi tambahannya mencakup pemeliharaan dan sistem pendataan (*incoming* dan *out going*).

Penyimpanan dan penataan *inventory* dilakukan setelah penggunaan inventaris tersebut, baik pakaian maupun aksesoris. Setelah digunakan, pakaian atau aksesoris diperiksa kembali kondisi keutuhannya, dan memastikan setiap baju program acara yang sifatnya *continuity* tidak tercampur dengan program lain. Pada proses perawatan, *wardrobe* memeriksa kondisi setiap *item* secara berkala, dan jika ada inventaris yang rusak segera diperbaiki sesuai dengan kondisi. *Inventory* staf juga bertugas mengelompokkan pakaian yang sudah dipakai saat di studio. Karena sistem

pemakaian pakaian hanya dipakai sekali oleh *talent*(artis) setelah itu *wardrobe* *stylist on duty* yang memegang program acara memasukkan baju yang telah dipakai ke dalam kantung *laundry* agar dapat diangkut ke *inventory* dan diambil oleh kurir *laundry*. Selain perawatan inventaris, *inventory* staf juga wajib mendata semua *item* inventaris yang dipinjam, seperti contoh lama peminjaman, pengembalian barang. Selain peminjaman dan pengembalian, setiap pakaian dari *wardrobe* yang sedang di *laundry* juga dicatat sebagai *outgoing*, dan memeriksa serta mendata kembali sebagai *incoming* setelah pakaian tersebut selesai di *laundry*.

#### b. *Barcoding*

*Wardrobe* bagian *inventory barcoding* merupakan staf yang bertugas untuk memberi sebuah *barcode* pada setiap *item* pembelian inventaris *wardrobe*. *Barcoding* pada inventaris *wardrobe* sangat penting selain dapat memudahkan pada saat proses *input* data, *barcoding* juga berfungsi untuk melacak suatu pakaian yang sedang dipinjam oleh suatu program acara diluar studio. Penggunaan *walasebuah barcode* adalah untuk mengotomastikasikan sistem pada pemeriksaan di toko-toko swalayan dan menyebarkan berbagai penggunaan lain. Menurut Nugroho dan Azhari (2011:129), Sebuah kode batang (*barcode*) adalah suatu kumpulan data optik yang menyimpan data dalam lebar dan spasi garis paralel. Simbol tersebut juga memiliki bentuk persegi, titik, heksagon, serta berbagai bentuk geometri lain di dalam gambar yang biasanya disebut dengan kode matriks.

Proses *barcoding* hanya boleh dilakukan oleh staf *wardrobe*, karena untuk penggunaan komputer pada *wardrobe* butuh identitas *user admin*. *Wardrobe inventory* staf akan menghubungi pihak *wardrobe purchasing* dan *procurement* untuk penyerahan bukti pembayaran agar barang pembelian baru yang sudah didata menjadi *receipt voucher* oleh *accounting* dapat masuk di *database* komputer. Setelah semua proses selesai,

barulah *barcode* tercetak sesuai item pembelian dan *barcode* tersebut dijahit atau ditempel pada inventaris *wardrobe* baru setelah proses *input* data *item* baru, data tersebut diserahkan sebagai laporan kepada *supervisor wardrobe*.

### KESIMPULAN

1. *Wardrobe* belanja di NET TV dibagi menjadi 3 tugas, yaitu *purchasing*, *sponsor*, dan *sewa*. *Purchasing* merupakan *wardrobe* pengadaan dengan melakukan transaksi secara tunai, *wardrobe* *sponsor* memenuhi kebutuhan dengan cara mengajukan *sponsor* kepada pihak *sponsorship* dengan kesepakatan antara kedua belah pihak, sedangkan *wardrobe* *sewa* bertugas memenuhi kostum yang tidak tersedia pada inventori dengan menyewa kepada penyedia jasa sewa. Kriteria baju yang diperlukan *wardrobe* sesuai dengan *general request* yang sudah dibuat oleh tim kreatif sesuai kebutuhan setiap program acara. Semua transaksi *wardrobe* belanja akan di tangani oleh tim *procurement* sebagai pihak yang bertanggung jawab mengenai *budget* setiap program acara atas semua pembelian atau transaksi *wardrobe*.
2. *Wardrobe inventory* merupakan divisi yang bertanggung jawab mengenai penyimpanan, pendataan, dan perawatan seluruh inventaris *wardrobe*, dengan terbagi menjadi *wardrobe warehouse* dan *barcoding*. *Wardrobe warehousing* bertugas mengenai penyimpanan dan perawatan semua inventaris *wardrobe* dengan melakukan pemeriksaan secara berkala dan merapikan gudang sesuai penggolongan jenis inventaris. Sedangkan *wardrobe barcoding* bertugas pada pendataan, meliputi *incoming* (pembelian baru) dan *outgoing* (peminjaman baju).

### REFERENCES

- [1] Alexandris and Tsiotsou. 2012. *Testing a Hierarchy of Effects Model*

- Sponsorship Effectiveness.* Macedonia: Journal of Sport Management.
- [2] Anwari, Achmad. 1994. *Leasing di Indonesia.* Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [3] Bahagia, Senator Nur. 2006. *SISTEM INVENTORI.* Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- [4] D'Astous dan Bitz. 1995. *Consumer Evaluation of Sponsorship Programmes.* Quebec: European Journal of Marketing. Vol. 29, No 12.
- [5] Diana dan Setiawati. 2017. *AKUNTANSI KEUANGAN MENEGAH.* Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- [6] Dingemans. 1999. *MASTERING Fashion Styling.* London: PALGRAVE MACMILLAN.
- [7] Djohan, Agutinus Johannes. 2016. *MANAJEMEN & STRATEGI PEMBELIAN.* Malang: Media Nusa Creative.
- [8] Ferrari, Tiffani. 2016. *SISTEM KERJA Divisi Services Wardrobe Staff.* Tidak diterbitkan. Jakarta. NET TV.
- [9] Kappauf, dkk. 2012. *Logistic Core Operations with SAP, Inventory Management, Warehousing, Transportation, and Compliance.* Berlin: Verlag Berlin Heidelberg.
- [10] Koster. 2004. *The Budget Book for Film and Television.* Oxford: Elsevier.
- [11] Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [12] Musgrove. 2003. *Make-up, Hair and Costume for Film and Television.* Oxford: Elsevier.
- [13] Nasution, S. 1988. *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif.* Bandung: Tarsito
- [14] Nasution, Zulkarimein. 2003. *Sosiologi Komunikasi Massa.* Jakarta: Universitas Terbuka.
- [15] Ndraha, Taliziduhu. 1985. *Research Teori Metodologi Administrasi.* Jakarta: PT Bina Aksara.
- [16] Nugroho dan Ahzari. 2011. *Sistem Informasi Inventori FADEGORETAS!! Berbasis Barcode.* Yogyakarta: JUSI Vol. 1, No. 2.
- [17] Rifon, dkk. 2004. *CONGRUENCE EFFECT IN SPONSORSHIP.* America: Journal of Advertising Vol. 33, No. 1.
- [18] Riyanto dan Zulbahri. 2009. *DASAR BUSANA.* Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- [19] Soekadi, Eddy P. 2016. *Mekanisme Leasing.* Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [20] Suarsana, Nyoman. 2007. *SIKLUS PENGADAAN BARANG.* Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- [21] Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- [22] Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods).* Bandung: Alfabeta.
- [23] Suparjati, dkk. 2000. *Tata Usaha dan Kearsipan.* Yogyakarta: KASINIUS (Anggota IKAPI).
- [24] Umboh, dkk. 2015. *ANALISIS KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN LIFE STYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN WANITA DI MISSISSIPPI MANADO TOWN SQUARE.* Manado: Jurnal EMBA.
- [25] Wilcox, dkk. 1995. *Public Relation: Strategies and Tactics.* New York: Harper Collin College Publishers.
- [26] Zuhra, Aliskha. 2018. *Tayangan The East Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Seorang Broadcaster (Studi Korelasional Pengaruh Tayangan The East di NET TV Terhadap Minat Mahasiswa FISIP USU Menjadi Seorang Broadcaster.* Medan: Repositori Universitas Sumatera Utara.