

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kehidupan media elektronik telah menjadi sebuah agen pengubah masa. Hal ini sesuai dengan berbagai teori komunikasi yang telah membuktikan kemampuan media untuk mempengaruhi kehidupan manusia, salah satunya adalah cara bagaimana seseorang menghabiskan waktunya. Rata-rata dalam satu tahun seorang manusia saat ini menghabiskan 2700 jam dalam setahun untuk menonton televisi atau mendengarkan radio . Dan selain itu kita juga menghabiskan sekitar 900 jam pada media lain seperti buku, majalah, musik, film , video, video game, dan internet. Pada data 2002 yang diambil oleh Veronis Suhler & Assoc. secara detail ditunjukkan bahwa setiap org yang 12 tahun ke atas menghabiskan sekitar 3599 jam per tahun untuk mengkonsumsi media (Sthraubharr 2006 p.3).

Pengaruh Media tak hanya berhenti sampai di situ, berbagai isu-isu yang ditampilkan oleh media terus membawa pengaruh bagi kehidupan masyarakat di berbagai belahan dunia dan berbagai masa hingga saat ini. Dalam buku *New Media Critical Introduction* edisi ke dua, disebutkan bahwa media-media baru yang ada telah mengubah kehidupan sehari-hari masyarakat. Sebagai contoh pola-pola konsumsi informasi masyarakat terhadap informasi menjadi berbeda dibandingkan dengan masa-masa dimana media belum berkembang. Lebih detail McLuhan menyatakan bahwa teknologi telah mengubah secara radikal cara manusia memakai kelima indera, cara mereka bereaksi terhadap hal-hal, dan kemudian mengubah seluruh hidup mereka dan seluruh lingkungan masyarakat. (Lister et al., 2009, p.208). Di Indonesia sendiri perubahan iklim demokrasi juga telah membuka kesempatan munculnya media-media baru. Akibatnya muncul banyak pilihan dalam konten-konten berita yang dapat dikonsumsi.

Di Indonesia, media merupakan agen perubahan yang sangat besar pengaruhnya, hal ini ditunjang dengan kebijakan pemerintah yang semakin hari semakin demokratis. Hal ini dibuktikan dengan munculnya televisi-televisi swasta, berbagai media cetak lokal maupun nasional. Belum lagi dengan

bermunculannya situs-situs lokal yang mengakomodir masyarakat pengakses internet di Indonesia.

Setiap media menyuguhkan berbagai macam berita yang menarik perhatian dan juga memberi informasi. Hal-hal ini secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sistem ekonomi yang ada dan juga kegiatan ekonomi yang ada. Bahkan, saat ini berita di media tidak lagi hanya menjadi sebuah informasi yang lewat begitu saja. Sebagian besar kegiatan ekonomi juga melibatkan proses menghasilkan, memproses, ataupun mendistribusikan informasi didalamnya (Straubhaar, 2006 p.3). Berita sendiri telah berkembang menjadi sebuah komoditas ekonomi. Salah satu produk komoditi ekonomi yang dihasilkan media adalah berita dengan selebriti sebagai objeknya. (Evans, 2005, p.86-88)

Berita-berita selebritis ini bahkan mempunyai daya tarik yang luar biasa. Terbukti dengan banyak bermunculan acara-acara yang secara khusus untuk membahas para selebritis bahkan tabloid-tabloid yang mengkhususkan dirinya hanya menampilkan berita-berita seputar para selebritis, yang kemudian berkembang namanya menjadi infotainment. Jika dibandingkan jumlah penontonnya, Communications Executive AGB Nielsen Media Research Andini Wijendaru kepada *Tempo*, mengungkapkan bahwa “Program infotainment, yang memadukan informasi dan hiburan, masih menjadi tayangan televisi pilihan masyarakat ketimbang berita atau news. Rata-rata pemirsa infotainment pada Januari-Maret 2008 sebanyak 533 ribu tiap hari, sedangkan berita hanya 285 ribu.” (Wijaya, 2008, par 1)

*“Checks and Silet Ricek on RCTI, Obsessi (Chat Around Artist) on SCTV, Hot Spot on SCTV, Espresso the quiz, Kiss on Indosiar, Go Show at TPI, Trans TV in the Insert, I-gossip in Trans7. Similar impressions can even two or three times a day showing the time. Although the packaging is different, the core of the show is almost all the same and similar. “There are three television that would survive, one of infotainment, news, and reality show,” said Director Daniel Hartono SCTV in Jakarta.”* (Infotainment, 2010, par 1)

“Cek dan Ricek dan Silet di RCTI, Obsesi (Obrolan Seputar Selebriti) di SCTV, Hot Spot di SCTV, Espresso the quiz, Kiss di Indosiar, Go Show di TPI, Insert di Trans TV, I-gossip di Trans7. Tampilan serupa bisa muncul 2 atau tiga kali sehari. Walaupun dengan kemasan yang berbeda, inti dari acara hampir serupa. “Ada 3

acara televisi yang akan bertahan, salah satunya infotainment, berita, dan reality show”, ungkap Daniel Hartono, SCTV di Jakarta.

Dari tulisan tersebut dapat kita simpulkan bahwa hampir di setiap televisi swasta terdapat acara-acara yang secara khusus menampilkan informasi mengenai dunia selebritis sebagai menu utama tayangannya. Dalam kutipan tersebut tercantum bahwa pihak televisi swasta merasa bahwa infotainment adalah salah satu bentuk acara yang akan dipertahankan.

Di media cetak sendiri tercatat ada kemunculan media-media cetak yang mengkhususkan diri sebagai media cetak infotainment. Sebagai contoh Cek & Ricek, Genie, Nyata. Selain itu konten-konten mengenai selebriti pun selalu hadir pada media cetak yang ada.

Infotainment saat ini seakan-akan telah menjadi sebuah agenda penting dalam masyarakat kebanyakan. Secara kita tidak sadari hadirnya infotainment yang begitu menarik perhatian ini telah menjadikan infotainment sebagai sebuah sumber informasi yang menjadi pembicaraan masyarakat luas. Jika dipilah alasan infotainment berkembang menjadi sebuah bisnis media yang besar adalah karena besarnya keingintahuan masyarakat pada tokoh-tokoh selebritis ini.

Selebritis yang ada di berita-berita infotainment ini tidak terikat pada sekelompok jenis pekerjaan tertentu. Yang hadir menjadi selebritis tidak hanya terikat pada artis pemain sinetron, penyanyi maupun model. Kelompok selebritis ini ternyata juga menyangkut beberapa golongan politik, praktisi bidang tertentu, bahkan orang-orang tertentu yang dianggap menarik.

Hadirnya selebritis-selebritis ini tidak lepas dari berita yang dibuat oleh media mengenai mereka. Jika dapat dianalogikan selebriti dengan beritanya adalah seperti gumpalan bola salju yang dapat membesar hanya jika media menggulirkannya. Jessica Evans dalam buku *Understanding Media: Inside Celebrity* menjelaskan perjalanan panjang sejarah selebritis. Evans menyatakan bahwa permulaan selebritis adalah di era akhir 1800 an, ketika mulai munculnya sirkulasi massal pers dimulai. Dan seiring dengan perkembangan pers tersebut pemberitaan mengenai selebritis mulai berkembang. (Evans, 2005, p.24). Bersamaan dengan berkembangnya pers, perkembangan media-media baru juga telah menciptakan ruangan-ruangan baru untuk pemberitaan.

Kultur kebebasan dalam media dan perkembangan teknologi menjadi sebuah resep dalam perkembangan pemberitaan. Dalam sejarah perkembangan media, publisitas dan popularitas merupakan sebuah bentuk sebab akibat yang tidak terelakan. Hal-hal inilah yang menjadi motor perkembangan selebritis.

Selebritis dan penggemar adalah dua hal yang tidak terpisahkan. Selebritis hadir di dalam masyarakat karena adanya kesempatan yang disediakan oleh media dan dukungan dari penggemar. Penggemar adalah orang-orang yang mengikuti karir dari artis tertentu, bahkan dalam budaya-budaya tertentu akan lebih sulit ditemukan penanda. Dalam berbagai peristiwa penghargaan terhadap selebritis baik di dalam maupun luar negeri, para selebritis ini selalu mengucapkan terima kasih mereka kepada penggemar. Hal ini terjadi karena penggemar adalah kelompok orang yang akan membuat mereka mendapatkan berbagai pekerjaan dalam dunia hiburan. Jika digambarkan dalam kiasan ekonomi, penggemar inilah yang akan menciptakan permintaan terhadap kemampuan artis tersebut, yang nantinya akan mendatangkan keuntungan bagi artis.

Jika kita telaah dalam konsep Humas kita bisa memasukan penggemar dalam golongan publik yang mempengaruhi artis. Terutama dalam masa sekarang ini dimana kesempatan untuk menjadi bagian dari dunia hiburan semakin luas karena munculnya semakin banyak media dan juga semakin banyaknya kebutuhan terhadap artis untuk menarik perhatian publik dalam berbagai hal.

Perkembangan media telekomunikasi saat ini seperti internet, telepon genggam juga sangat berpengaruh terhadap hubungan ketergantungan selebritis dengan penggemar. Dengan berkembangnya blog, situs jejaring sosial, dan juga telepon seluler telah memberi kesempatan bagi para penggemar untuk menjadi lebih dekat dengan selebritis idolanya. Sebagai contoh dengan kemajuan teknologi internet memungkinkan para penggemar untuk mencari berita tentang selebritis lebih mudah, kemudian jejaring sosial seperti facebook dapat menjadi tempat bertemunya penggemar dengan selebritis. Di jejaring sosial ini para penggemar mendapat kesempatan untuk mendapat berita terbaru dari selebritis yang disukai, dan di jejaring sosial ini pula para penggemar dapat mengungkapkan perasaan secara langsung kepada selebritis melalui dinding profil maupun pesan. Dengan

kemajuan teknologi ini memungkinkan terjadinya hubungan secara langsung dalam waktu sesungguhnya.

Para manajemen artis saat ini telah menyadari manfaat dari jejaring sosial ini. Hal ini terlihat dengan terjadinya pengelolaan profil dan berita pada dinding maupun rangkaian pesan. Salah satu selebritis yang berhasil mengelola interaksi selebritis dan penggemar ini adalah grup band KerisPatih, terbukti dengan adanya situs, profil yang terbaharui, dan rangkaian pesan yang terus dikirim oleh pengelola profil (manajemen keris patih)

Keris Patih adalah sebuah Band yang namanya berkibar di musik Indonesia sebagai grup musik yang memiliki kualitas dalam menciptakan lagu-lagu romantis. KerisPatih begitu lekat dengan berbagai lagu-lagu hits yang laku dipasaran musik nasional. Hal ini terbukti dengan berbagai penghargaan yang diperoleh KerisPatih dalam berbagai acara penghargaan musik, dan juga dalam raihan platinum yang menjadi bukti penjualan album yang tinggi. Dapat disimpulkan bahwa image yang dimiliki oleh KerisPatih sangat baik dimasyarakat. Adanya MahaPatih pun yang secara kuantitas cukup banyak (jumlah angka penggemar di situs Facebook saja sudah menunjukkan angka 91.115 orang) angka ini dinilai cukup besar dan angka ini belum mewakili semua karena masih ada penggemar yang tidak tergabung dalam Fan Page di Facebook. Hal yang paling membedakan Keris Patih dari band lain maupun artis lain adalah perjalanan karir band ini yang diwarnai dengan krisis akibat adanya pemecatan vokalis Keris Patih.

Pada tanggal 2 Februari 2009 salah satu anggota band Keris Patih , Sammy (vokalis) tersangkut dalam kasus penyalahgunaan Narkoba. Kasus ini menarik perhatian media massa untuk meliput, karena nilai berita yang tinggi. Dengan perkembangan media massa baik konvensional dan media baru, telah menyebabkan pemberitaan ini tersebar di berbagai media dengan cepat dan dengan segera menjadi salah satu berita yang sensasional. Pemberitaan mengenai Keris Patih ini dapat kita lihat melalui pemberitaan televisi, namun juga pada saluran media lain seperti radio, majalah, koran, tabloid, dan internet. Berbagai media berlomba-lomba meliput peristiwa ini.

Pemberitaan yang bertubi-tubi ini tentunya mempunyai efek pada image KerisPatih pada masyarakat..

Dalam perkembangan kasus ini akhirnya Keris Patih membuat keputusan untuk mengeluarkan Sammy dari Keris Patih dengan pertimbangan komitmen band ini untuk tidak terlibat pada penggunaan Narkoba. Keputusan ini kemudian mendatangkan berbagai respon, baik yang mendukung maupun yang menentang. Respon ini terdapat ada diberbagai kalangan pemerhati maupun penggemar. Yang menjadi hal menarik adalah jika kita melirik pada respon yang muncul di pemberitaan di internet, dimana ada ruang untuk memberi opini bagi pembacanya secara langsung. Respon lain yang bisa kita lihat secara langsung adalah diberbagai forum dan dinding profil KerisPatih. Dimana begitu banyak respon-respon yang saling bertolak belakang.

Setelah keluarnya Sammy dari KerisPatih masih menjadi sorotan karena pencarian vokalis pengganti dan setelah itu diangkatnya Fandi Santoso sebagai pengganti Sammy di posisi Vokalis.

Respon menarik muncul dari para penggemar di Facebook, mereka masih menyayangkan dikeluarkannya Sammy dari Keris Patih, muncul opini-opini tersebut yang menyiratkan bahwa image Keris Patih tanpa Sammy menjadi berbeda.

Berbeda dengan ketika Sammy, mantan vokalis keris Patih tertangkap tangan menggunakan Narkoba oleh polisi. Publisitas yang didapat oleh Keris Patih jauh lebih sedikit didapatkan. Dengan minimnya publisitas ini , seakan-akan membuat Keris Patih menjadi jauh dari sorotan. Namun walaupun begitu tetap saja Keris Patih mendapatkan publisitas mengenai vokalis baru mereka. Dan publisitas terbaru yang dimiliki oleh keris patih adalah mengenai proses pemilihan vokalis baru mereka dan pada akhirnya menemukan pengganti Sammy yaitu Fandy Santoso.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Penggemar adalah bagian dari masyarakat yang juga terterpa oleh berita dari berbagai media. Tetapi walaupun begitu ada faktor lain yang membedakan penggemar dari masyarakat umum. Yaitu adanya kecenderungan bagi penggemar

untuk berpikir lebih positif akibat adanya rasa suka penggemar kepada artis idolanya.

Dalam kasus penggemar Keris Patih ini, penulis ingin mengungkap bagaimanakah dampak dari publisitas negatif (akibat kasus penangkapan Sammy Kerispatih) terhadap image yang dimiliki MahaPatih terhadap Keris Patih.

Penulis ingin mengetahui apakah dengan pemberitaan negatif ini dapat mendorong terciptanya citra negatif oleh Maha Patih terhadap band Keris Patih. Hal ini penulis merasa perlu pertanyakan akibat adanya data dan bukti yang menunjukkan bahwa tidak semua penggemar terpengaruh oleh pemberitaan negatif yang ada di media. Dapat kita simpulkan bahwa pemberitaan ini merupakan penanda bahwa keris patih mengalami sebuah krisis.

Berita terakhir mengenai Keris Patih adalah mengenai pencarian vokalis baru dan pada akhirnya adalah mengenai terpilihnya Fandi Santoso sebagai vokalis baru. Pemberitaan mengenai hal tersebut mendapat lebih sedikit pemberitaan dibandingkan dengan pemberitaan ketika Sammy Keris Patih tersangkut kasus Narkoba.

Pertanyaan penelitian ini adalah:

Bagaimanakah pengaruh pemberitaan mengenai vokalis baru KerisPatih terhadap image KerisPatih di mata penggemar?

Peneliti merasa perlu ada penelitian mengenai hal tersebut karena munculnya berbagai umpan balik yang menyayangkan dengan penggantian vokalis ini dari kalangan penggemar.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari publisitas vokalis baru Keris Patih terhadap image Keris Patih di mata penggemar.

### **1.4 Signifikansi Penelitian**

#### **a. Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap ilmu komunikasi terutama dalam topik pengaruh publisitas, media, opini

dan selebritis. Penelitian ini diharapkan dapat memberi penjelasan dan gambaran yang dapat melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya (Lievens, Destimianto dan penelitian Aprilomanda). Dan juga dapat menjadi bukti nyata bagi konsep-konsep yang menyatakan adanya pengaruh antara publisitas dan image seperti yang diungkapkan Doty, Jefkins, Beckwith dan Garbett.

#### b. Kegunaan Praktis

Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat digunakan oleh pihak manajemen Keris Patih secara khusus untuk menentukan strategi kehumasan bagi band ini untuk dapat terus bertahan sebagai jajaran band papan atas Indonesia. Secara umum penulis mengharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan pembelajaran bagi insan musik di tanah air dalam mengelola publisitas, citra dan penggemar.

