

Citra Diri dan Popularitas Artis

Esther Meilany Pattipeilohy

Telkom University
ellapatti.2000@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to determine how artist's self-image is displayed in media, and how an artist prepares him/herself. This study also aims to know how the artists understand their popularity as the result of news delivered by journalists in mass media. The method used in this study is a qualitative method with dramaturgical theory approach. Dramaturgy is actually under a larger perspective which is often called by phenomenological perspective or interpretive perspective. The results of this study indicate that self-image for the artist determines the impression to be formed in the mass media. The better self-image displayed, the bigger chance to get a good impression will be achieved. Before dealing with a reporter for an interview, the artist did some preparations, such as be neat and dressing up, cool their self down in order to be in a good or stable emotions, and have a discussion with the management to show a positive self-image in front of journalists. Artists fully understand the meaning of popularity for themselves. The positive popularity will also give a positive effect. Meanwhile, if they gained negative popularity, it will impact to contract termination with third parties, loss of earning opportunities through advertisement, off air, losing fans, etc. This displayed self-image, if delivered positively by journalists in news, it will give a positive impression by public. If it happens contrary, the public will reject it.

Keywords: *Self-image, Artists' Popularity, Mass Media*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana citra diri artis yang ditampilkan di media massa, bagaimana seorang artis mempersiapkan dirinya ditampilkan di media massa. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana artis yang menjadi nara sumber penelitian memahami popularitasnya di publik sebagai dampak pemberitaan yang dibingkai wartawan di media massa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan desain

pendekatan teori dramaturgi. Dramaturgi sebenarnya berada di bawah payung perspektif yang lebih besar yang sering disebut perspektif fenomenologis atau perspektif interpretif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra diri bagi artis menentukan kesan yang ingin dibentuk dalam media massa. Semakin baik citra diri yang ditampilkan, maka peluang untuk mendapatkan kesan yang baik di media massa juga akan tercapai. Sebelum berhadapan dengan wartawan untuk diwawancarai, artis melakukan beberapa persiapan, diantaranya tampil rapi dan merias diri, menenangkan diri agar berada dalam kondisi emosi yang stabil, dan berdiskusi dengan manajemen untuk menampilkan citra diri yang positif di hadapan wartawan. Artis memahami sepenuhnya makna popularitas bagi dirinya. Popularitas yang positif akan menghasilkan dampak positif. Sementara jika popularitas negatif yang didapat maka akan berdampak pada pemutusan hubungan kerja dengan pihak ketiga, kehilangan kesempatan mendapatkan penghasilan lewat iklan, off air, dan pemasukan lain-lain, kehilangan fans. Citra diri yang ditampilkan oleh artis, jika dibingkai secara positif oleh wartawan dalam berita di media massa, maka akan memberi kesan positif juga oleh publik. Jika sebaliknya, maka publik juga akan menolaknya.

Kata Kunci: *Citra diri, Popularitas Artis, Media Massa*

Pendahuluan

Artis sangat memahami peran media untuk perkembangan karirnya. Banyak artis yang kemudian memanfaatkan media massa untuk berbagai tujuan seperti menaikkan reputasi, membuat sensasi agar namanya tetap populer, atau memanfaatkan media sebagai media promosi untuk kepentingan bisnisnya, dan lain-lain. Semakin banyak sorotan yang ditujukan media kepada mereka, semakin mendongkrak popularitas sang artis. Popularitas ini yang kemudian menjadi modal bagi artis tersebut untuk mendapatkan tawaran manggung dan atau penawaran kesempatan lain yang memberikan keuntungan secara finansial. Oleh sebab itu, artis seringkali menuntut dirinya sendiri untuk kooperatif dengan media massa.

Media massa bekerja untuk menyampaikan informasi. Bagi khalayak, informasi itu dapat membentuk, mempertahankan atau meredefinisikan citra. Menurut Mc. Luhan (media massa adalah perpanjangan alat indra kita. Dengan media massa, kita memperoleh informasi tentang benda, tempat yang tidak kita alami secara langsung, maupun figur-figur tertentu. Realitas yang ditampilkan media adalah realitas yang sudah diseleksi – realitas tangan kedua (*second hand*

reality). Wartawan adalah orang yang kemudian menampilkan realitas simbol-simbol yang diterimanya pada saat melakukan wawancara¹.

Berdasarkan paparan tersebut diatas, maka hasil penelitian ini penulis tulis dalam judul " *Citra Diri dan Popularitas Artis*." Pemilihan judul seperti ini dimaksudkan untuk menggambarkan bahwa penelitian ini juga mencakup hal-hal yang telah diteliti sebelumnya, tetapi dengan sudut pandang yang lebih luas, artinya hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya dipergunakan peneliti sebagai bagian dari analisis yang peneliti lakukan.

Landasan Teoritis

a. Fenomenologis

Penelitian ini dilakukan berdasarkan perspektif fenomenologis atau perspektif interpretif. Marurice Natanson menggunakan istilah fenomenologis sebagai suatu istilah generik untuk merujuk kepada semua pandangan ilmu sosial yang menganggap kesadaran manusia dan makna subyektif nya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial. Menurut Natanson, pandangan fenomenologis atau realitas sosial menganggap dunia intersubjektif sebagai terbentuk dalam akitifitas kesadaran yang salah satu hasilnya adalah ilmu alam.²

Manusia mampu membayangkan dirinya secara sadar tindakannya dari kacamata orang lain, dimana hal ini menyebabkan manusia dapat membentuk perilakunya secara sengaja dengan maksud menghadirkan respon tertentu dari pihak lain. Artis berusaha menjaga perilakunya ketika berhadapan dengan wartawan dan media massa, dengan maksud agar wartawan dapat merespon perilaku artis dengan baik, sehingga bingkai berita yang disampaikan kepada publik sesuai dengan harapan artis itu sendiri. Persepsi masyarakat didasarkan pada berita di media massa, dimana berita tersebut merupakan bingkai wartawan berdasarkan pada simbol-simbol perilaku yang diberikan artis sebelumnya dalam proses komunikasi. Proses komunikasi itu mempunyai implikasi pada suatu proses pengambilan peran (*role taking*). Komunikasi dengan dirinya sendiri merupakan suatu bentuk pemikiran (*mind*), yang pada hakikatnya merupakan kemampuan khas manusia.

¹ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 224

² Dedy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2006), 59

b. Interaksionisme Simbolik

Salah satu teori dalam ilmu komunikasi yang mengalami perkembangan sangat pesat dalam diskursus ilmu sosial akhir-akhir ini adalah interaksi simbolik. Teori ini sebenarnya merupakan pendatang baru dalam studi tentang komunikasi manusia. Seperti yang telah dikemukakan di awal penelitian ini, teori interaksi simbolik sebenarnya berada dibawah payung perspektif yang lebih besar, yang sering disebut perspektif fenomenologis atau perspektif interpretatif.

Mead mengembangkan teori interaksi simbolik tahun 1920-an dan 1930-an saat ia menjadi profesor filsafat di Universitas Chicago. Gagasan-gagasannya mengenai interaksi simbolik berkembang pesat setelah para mahasiswanya menerbitkan catatan-catatan dan kuliah-kuliahnya, terutama melalui buku yang menjadi rujukan utama teori interaksionisme simbolik, yakni "*Mind, Self, and Society*", yang diterbitkan pertama kali pada tahun 1934, tak lama setelah Mead meninggal dunia. Penyebaran dan pengembangan teori Mead juga ditunjang dengan interpretasi dan penjabaran lebih lanjut yang dilakukan oleh para mahasiswa dan pengikutnya, terutama oleh salah satu mahasiswanya, Herbert Blumer. Ironisnya, justru Blumer-lah yang menciptakan istilah "interaksionisme simbolik" pada tahun 1937 dan mempopulerkannya di kalangan komunitas akademik.

Teori interaksi simbolik sangat menekankan arti pentingnya "proses mental" atau proses berpikir bagi manusia sebelum mereka bertindak. Tindakan manusia itu sama sekali bukan stimulus – respon, melainkan *stimulus – proses berpikir – respons*. Jadi, terdapat variabel antara atau variabel yang menjembatani antara stimulus dengan respon, yaitu proses mental atau proses berpikir, yang tidak lain adalah interpretasi. Teori interaksi simbolik memandang bahwa arti/makna muncul dari proses interaksi sosial yang telah dilakukan. Arti dari sebuah benda tumbuh dari cara-cara dimana orang lain bersikap terhadap orang tersebut.

Simbol sebagai Bagian dari Interaksionisme Simbolik

Pemahaman manusia tentang realitas atau fenomena yang dihadapinya dibentuk melalui proses komunikasi yang melibatkan interaksi simbol-simbol yang diberi makna. Pemaknaan individu masing-masing berbeda, sesuai dengan *field of reference* dan *field of experience* yang dimilikinya.

Simbol adalah suatu rangsangan yang mengandung makna dan nilai yang dipelajari bagi manusia dan respon manusia terhadap simbol adalah dalam pengertian mana dan nilainya, alih-alih dalam pengertian stimulasi fisik.³

³ *Ibid.*, 77

Simbol sendiri tidak hanya merujuk pada obyek fisik, tindakan atau peristiwa, simbol juga bisa merujuk pada konsep gagasan yang terbilang abstrak. Nama yang dikenakan untuk menandai objek, tindakan, peristiwa atau gagasan itu bersifat arbiter. Hal ini menrangkan bahwa apa saja dapat menjadi sebuah simbol karena tidak adanya hubungan logis yang bersifat mengharuskan pemberian nama atas suatu obyek.

c. Dramaturgis

Dalam karyanya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life*, sebagaimana dikutip Mulyana.⁴ Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran-diri yang akan diterima orang lain. Ia menyebutnya sebagai “pengelolaan kesan” (*impression management*), yakni teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karenanya setiap orang melakukan pertunjukan bagi orang lain, sehingga ia menjadi aktor yang menunjukkan penampilannya untuk membuat kesan bagi lawannya.

Dengan mengikuti analogi teatrical, Goffman membagi seluruh kegiatan dari individu pada suatu situasi sosial ke dalam dua wilayah, yaitu: “wilayah depan” (*front stage*) dan “wilayah belakang” (*back stage*). Wilayah depan merujuk kepada peristiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Sebaliknya, wilayah belakang merujuk kepada tempat dan peristiwa yang memungkinkan-nya mempersiapkan perannya di wilayah depan.⁵

Gagasan-gagasan Penting Dramaturgis

1. Panggung Sosial: Watak Tearikal dari Kehidupan Sosial

Goffman menyatakan bahwa hukum interaksi sosial bisa ditemukan dalam hukum panggung (*stage*) atau individu yang memainkan peran di penampilan teater atau drama pertunjukan. Panggung memerlukan beragam perangkat, seperti pemain (*performer*), penampilan (*performance*), tempat (*region*) atau panggung (*stage*), naskah (*script*), latar (*setting*), dan yang tidak kalah penting adalah penonton (*audience*).

2. Sebuah Tim yang Sukses Memainkan Pertunjukan

Dalam memainkan peran, individu tidak harus mempertunjukkan secara sendirian, tetapi mau tidak mau ia masuk pada sebuah tim. Ada saja beberapa orang lain yang memiliki dorongan dan definisi sesuatu yang sama. Individu harus kerja sama menampilkan pertunjukan (*performance*)

⁴ *Ibid.*, 112

⁵ *Ibid.*, 114

bersama orang lain. Masing – masing individu menjadi bagian penting dari sebuah tim. Sebagai pemain, masing – masing bertanggung jawab untuk mempertunjukkan peran – peran tertentu yang telah disepakati mereka. Semuanya diarahkan pada tujuan sama, yakni berhasil atau sukses memainkan pertunjukan. Dengan demikian, para pemain harus mengingat beberapa syarat sebagai pemain yang sukses tersebut, seperti disiplin, kehati – hatian, dan loyalitas.

3. Asumsi tentang Individu

Goffman tidak meletakkan pandangan bahwa individu sebagai makhluk bebas, karena ia menjelaskan perilaku individu selalu ditunjukkan pada pihak luar. Keterampilan terpenting individu adalah melakukan definisi situasi. Individu harus mencari informasi sebanyak tentang situasi – situasi yang mengelilingi dirinya. Kemudian, menentukan sikap sesuai dengan penyimpulan situasi tersebut. Artis selalu mengikuti pemberitaan tentang dirinya di media massa, yang dapat digunakan untuk menentukan banyak hal, di antaranya *image*, kehidupan pribadi, dan lain-lain.

4. Keunikan – Keunikan dalam Interaksi Sosial

Meminjam Burns, kerja Goffman meliputi tiga hal, yaitu sosiologi mikro (interaksi sosial), *self* individu, dan struktur sosial. Demi menjelaskan poin – poin tersebut, Lemert dan Branaman mengorganisasikan sumbangan Goffman pada teori sosial dengan empat hal, yaitu produksi *self*, kedirian yang terbatas (*confined self*), asal – usul kehidupan sosial, dan kerangka – organisasi pengalaman. Bentuk interaksi sosial yang dimaksudkan adalah interaksi tatap muka (*face to face interaction*), termasuk meliputi proses – proses yang serentak memperkuat kehidupan sosial yang menegaskan identitas mereka.

d. Komunikasi Massa

Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa. Sementara itu definisi komunikasi massa menurut Wright yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat menyatakan bahwa komunikasi massa adalah bentuk baru komunikasi yang dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut; diarahkan pada khalayak yang relatif besar, heterogen, dan anonim; pesan disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas; komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar.

e. Landasan Konseptual

Konsep Diri

Konsep diri menurut George Herbert Mead, pada dasarnya terdiri dari jawaban individu atas pertanyaan “Siapa Aku.” Konsep diri terdiri dari kesadaran individu mengenai keterlibatannya yang khusus dalam seperangkat hubungan sosial yang sedang berlangsung. Kesadaran diri merupakan hasil dari suatu proses reflektif yang tidak kelihatan, dan individu itu melihat tindakan-tindakan pribadi atau yang bersifat potensial dari titik pandang orang lain dengan siapa individu ini berhubungan. Pendapat George Herbert Mead tentang pikiran, menyatakan bahwa pikiran mempunyai corak sosial, percakapan dalam batin adalah percakapan antara “aku” dengan “yang lain” di dalam aku. Untuk itu, dalam pikiran “saya” memberi tanggapan kepada diri “saya” atas cara “mereka” memberi tanggapan kepada “saya.” Bagi artis, apa yang ditampilkan media massa mengenai *image* mereka, punya arti besar secara psikologis. Artis selalu mengikuti pemberitaan mengenai *image* dirinya yang ditampilkan di media massa, yang dianggap dapat menjadi bekal untuk sebuah perubahan dan atau pembentukan *image* dirinya di masa depan.

Looking Glass Self

Inti dari teori *Looking Glass Self* adalah tentang ‘diri’ (*self*) dari George Herbert Mead, yang juga dapat dilacak dari definisi diri dari Charles Horton Cooley. Mead, seperti juga Cooley, menganggap bahwa konsepsi-diri adalah suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lain. Cooley mendefinisikan ‘diri’ sebagai sesuatu yang dirujuk dalam pembicaraan biasa melalui kata ganti orang pertama tunggal, yaitu “aku” (*I*), “daku” (*me*), “milikku” (*mine*), dan “diriku” (*myself*). Cooley mengatakan bahwa segala sesuatu yang dikaitkan dengan “diri” menciptakan emosi yang lebih kuat daripada yang tidak dikaitkan dengan “diri”, bahwa “diri” dapat dikenal hanya dengan melalui perasaan subyektif. Seraya meluncurkan teorinya mengenai *the looking glass self*, Cooley berpendapat bahwa konsep diri individu secara signifikan ditentukan oleh apa yang ia pikirkan tentang pikiran orang lain mengenai dirinya, jadi menekankan mengenai pentingnya respon orang lain yang ditafsirkan secara subjektif sebagai sumber primer data mengenai diri.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri

Konsep diri terbentuk melalui proses belajar sejak masa pertumbuhan seorang manusia dari kecil hingga dewasa. Lingkungan, pengalaman dan pola asuh orangtua turut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap konsep diri yang terbentuk. Menurut Mead,

perkembangan diri terdiri dari dua tahap umum yang dia sebut tahap permainan (*play stage*) dan tahap pertandingan (*game stage*). Tahap permainan adalah perkembangan peran bersifat elementer yang memungkinkan anak-anak melihat diri mereka sendiri dari perspektif orang lain yang dianggap penting (*significant others*), khususnya orang tua mereka. Tahap ini ditandai dengan keaslian dan spontanitas anak-anak. Tahap pertandingan berasal dari proses pengambilan peran dan sikap orang lain secara umum (*generalized others*), yaitu masyarakat umumnya. Pada tahap kedua inilah, ketika anak memasuki komunitasnya, individu menjadi suatu objek dalam arti yang sesungguhnya.

f. Kerangka Pemikiran

Dalam memaknai citra diri dan popularitasnya di media massa, artis membutuhkan sebuah pemahaman yang menyeluruh mengenai diri pribadinya maupun orang-orang di sekitarnya. Segala macam perilaku interaksi yang artis lakukan dalam kehidupannya sehari-hari menampilkan citra diri mereka sendiri dalam cara yang sama dengan cara seorang aktor menampilkan karakter orang lain dalam sebuah pertunjukan drama. Cara yang sama ini berarti mengacu kepada kesamaan bahwa ada citra diri yang ingin ditampilkan artis. Citra diri yang terjadi di publik adalah untuk memberi artis kesan yang baik untuk mencapai tujuan. Tujuan dari presentasi Diri – Goffman ini adalah penerimaan publik akan manipulasi.

Dengan konsep dramaturgis dan permainan peran yang dilakukan oleh artis, terciptalah suasana-suasana dan kondisi interaksi yang kemudian memberikan makna tersendiri. Munculnya pemaknaan ini sangat tergantung pada latar belakang sosial artis itu sendiri.

Metode Penelitian

a. Paradigma Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan paradigma teori dengan merujuk pada teori fenomenologis, maka penelitian dengan mengungkapkan pengelolaan kesan artis dalam media massa menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan teori dramaturgi. Dramaturgi sebenarnya berada di bawah payung perspektif yang lebih besar yang sering disebut perspektif fenomenologis atau perspektif interpretif.⁶ Oleh Mulyana dijelaskan bahwa perspektif seingkali disebut sebagai pendekatan fenomenologi.

⁶ *Ibid.*, 59

b. Jenis Penelitian

Pendekatan Kualitatif Penelitian Fenomenologis

Pada dasarnya fenomenologi cenderung menggunakan paradigma penelitian kualitatif sebagai landasan metodologisnya. Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis menjadi sangat relevan untuk memahami bagaimana artis berupaya untuk membentuk citra diri yang positif di media massa. Popularitas yang kemudian dihasilkan dari pengembangan citra diri tersebut kemudian menjadi aset terbesar seorang artis dalam karir keartisannya.

Metodologi Penelitian Fenomenologi Schtuz

Alfred Schutz adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial. Schutz mengawali pemikirannya dengan mengatakan bahwa obyek penelitian ilmu sosial pada dasarnya berhubungan dengan interpretasi terhadap realitas.⁷ Jadi peneliti harus membuat interpretasi terhadap realitas yang diamati. Orang-orang saling terikat satu sama lain ketika membuat interpretasi ini.

c. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Lofland dan Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti data dokumen, dan lain-lain⁸.

d. Prosedur Pencatatan Data

Dalam melakukan pencatatan data hasil wawancara, peneliti melakukan kualifikasi apakah informan memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan atau keterangan yang tidak diminta. Juga diperhatikan situasi ketika informan memberikan jawaban, apakah ketika sedang berdua saja dengan peneliti atau ketika ada orang lain yang disekitarnya.

e. Penyimpanan Data

Proses penyimpanan data (storing data) merupakan tahap terakhir dari proses Data Collection Circle, sebelum memulainya lagi dengan penentuan tempat atau individu (locating site/individuals), untuk pengumpulan data ulang.

⁷Engkus Kuswarno., *Fenomenologi, Konsep, Pedoman, dan Contoh Penelitian*, (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), 38

⁸Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2006), 157

f. Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini dilakukan di kota Jakarta dengan pertimbangan bahwa rata-rata artis dan media massa nasional bertempat tinggal utama di Jakarta. Dari hasil survey yang dilakukan peneliti selama satu tahun sebelum terjun melakukan penelitian, peneliti menentukan 8 orang yang layak dijadikan informan utama dalam penelitian ini. Informan-informan tersebut terdiri dari 4 orang artis penyanyi perempuan, 1 orang manager artis, 1 orang asisten artis, serta 2 orang sisanya adalah wartawan media massa baik elektronik TV dan internet.

g. Proses Pendekatan

Proses pendekatan yang dimaksud adalah apa yang disebut Creswell sebagai *"Gaining Acces and Making Rapport."* Mendekati artis bukanlah hal yang mudah, apalagi bagi orang yang tidak punya akses sebelumnya, sehingga dibutuhkan kerja sama dengan pihak-pihak yang cukup dekat dengan mereka.

h. Strategi Penentuan Pemilihan Informan

Untuk sebuah studi fenomenologis, kriteria informan yang baik adalah: *"all individuals studied represent people who have experienced the phenomenon"*⁹ Jadi lebih tepat memilih informan yang karena pengalamannya dia mampu mengartikulasi pengalaman dan pandangannya tentang sesuatu yang dipertanyakan.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil empat orang artis penyanyi perempuan yang dianggap dapat meresrepresentasikan kebutuhan penelitian ini, yaitu Krisdayanti, Maia Estianty, Julia Perez, dan Yuni Shara.

i. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dokumen, wawancara, observasi, dan alat-alat fisik. Data yang dihasilkan dari berbagai sumber tersebut akan sangat banyak. Analisis dilakukan secara terus menerus semenjak pengumpulan data.

Setelah data terkumpul dan dirasa cukup untuk pembuktian penelitian, peneliti akan melakukan pengolahan data. Kegiatan pengolahan data umumnya terdiri dari analisis data dan penafsiran data. Dalam penelitian ini hanya akan dilakukan penafsiran data.

⁹ John W. Creswell, *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Traditions*. (California, Sage Publications, Inc, 1998), 118

j. Teknik Pengujian Keabsahan Data

Setelah dilakukan analisis data dan penafsiran data, selanjutnya adalah langkah untuk memeriksa keabsahan data. Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya selain digunakan untuk menyanggah balik apa yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagian unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran umum obyek dan subyek penelitian yang peneliti lakukan: Secara umum, penelitian ini mengambil industri hiburan dengan artis sebagai pelaku utamanya. Seperti diketahui, artis atau selebritis tidak terbatas pada industri hiburan tertentu saja, tetapi yang bersifat umum dan atau general. Pada penelitian ini, peneliti masuk dalam lingkungan profesi artis yang spesifik yaitu lingkungan artis penyanyi. Pada dasarnya, peneliti melihat bahwa pola pergaulan yang berbeda antara artis penyanyi dengan artis non penyanyi seperti artis sinetron, dan atau artis dari industri film dan lain-lain. Hal ini disadari sebagai bentuk kewajaran, mengingat aktifitas profesinya yang berbeda.

Meskipun kelihatannya pekerjaan sebagai penyanyi dinilai tidak sesulit seperti pemain sinetron dan atau film, tetapi memiliki tantangan tersendiri. Penyanyi sangat tergantung kepada lagu sebagai produk yang dihasilkannya. Jika lagu tersebut diterima pasar dengan baik (laku di pasaran), maka dapat dipastikan jika penyanyi tersebut akan terdongkrak popularitasnya. Tetapi jika lagu yang dinyanyikan kurang laku di pasaran, maka popularitas artis yang bersangkutan juga akan stagnan. Oleh sebab itu, banyak penyanyi yang kemudian menyanyikan lagu-lagu yang sudah dikenal, atau pernah populer di masa lalu (*recycle*). Salah satu penyanyi yang bahkan menjadikan lagu-lagu lama sebagai spesialisasi dia dalam bernyanyi adalah Yuni Shara.

a. Pemaknaan Artis tentang Citra Diri yang Ditampilkannya di Media Massa

Beberapa indikator bagaimana artis memahami citra dirinya di depan wartawan media massa, yaitu:

1. Artis sangat berhati-hati dalam mengelola citra dirinya di depan wartawan, karena akan mempengaruhi kesan yang ditampilkan di media massa, terutama karena artis yang menjadi informan pada penelitian ini pernah mengalami pengalaman yang buruk dengan berita negatif mengenai dirinya di media massa. Artis berusaha menampilkan citra dirinya yang sesuai dengan realita kehidupan sehari-hari. Artis memahami, jika citra diri yang ditampilkannya adalah rekaan semata atau palsu, maka cepat atau lambat publik dapat mengetahui realita tersebut. Dampaknya akan buruk bagi

citra dirinya, karena artis yang bersangkutan akan dituduh melakukan kebohongan publik.

2. Jika berita mengenai artis yang bersangkutan semakin banyak mengisi media massa, maka dimanapun artis berada, selalu ada wartawan yang bersedia meliput. Ini akan sangat baik, jika di masa depan mereka membutuhkan wartawan untuk membuat berita yang memuat kepentingan pribadi artis yang bersangkutan. Misalnya untuk kepentingan usaha (bisnis) dan lain-lain;

Dalam memaknai citra dirinya, artis memiliki polanya masing-masing. Hal ini terkait erat dengan kebutuhan industri hiburan itu sendiri. Masing-masing informan yang menjadi obyek penelitian memiliki citra diri (*image*) yang khas di publik, yang terbentuk akibat paparan media massa.

Yuni Shara dikenal sebagai artis senior yang ramah, profil ibu rumah tangga yang sederhana, tetapi juga memiliki keberanian bersikap terutama setelah diketahui lama berhubungan cinta dengan artis yang berselisih usia 15 tahun lebih muda dari dirinya. Krisdayanti dikenal sebagai diva, penyanyi dengan kemampuan lengkap: mulai dari penampilan yang selalu jadi *trend*, hingga teknik menyanyi yang sangat baik. Tapi KD dikenal memiliki kelemahan moral karena pernah diberitakan selingkuh dari pasangan hidupnya lebih dari satu kali. Bahkan untuk kasus rumah tangganya yang terbaru, Krisdayanti yang tadinya menolak diberitakan selingkuh dengan seorang pria, akhirnya malah menikahi pria tersebut dan kini memiliki dua orang anak dari pria yang bersangkutan.

Maia Estianty dikenal sebagai musisi perempuan yang punya kemampuan bermusik yang hebat, dan juga sebagai perempuan kuat yang dulunya teraniaya oleh suami, tapi membuktikan diri sanggup bangkit dan keluar dari keterpurukan. Julia Perez dikenal sebagai "*bom sex*" karena gemar berpakaian seronok, tetapi juga sebagai perempuan yang kuat karena gigih mendapat restu ibu untuk hubungan pribadinya dengan seorang atlit sepak bola. Julia Perez juga dikenal sangat optimis memandang hidupnya meskipun sempat mendapat berbagai persoalan, mulai dari kasus pencekalan di beberapa daerah, hingga kasus hukum terbaru yang menyebabkan dia harus masuk penjara selama tiga bulan. Masing-masing artis memiliki citra diri yang kuat di hadapan publik, terutama terkait dengan kehidupan pribadi dibalik karir bermusiknya.

Para artis ini sangat memahami, bahwa citra dirinya di depan publik terbentuk semata-mata justru karena kehidupan pribadinya yang terekspos di media massa. Oleh sebab itu, lepas dari berbagai kontroversi dalam kehidupan pribadinya, artis sangat menjaga citra dirinya yang sudah terbentuk di publik.

b. Persiapan Artis Mempersiapkan Citra Dirinya di Hadapan Wartawan (*Back Stage Area*)

Artis sangat memahami, jika persiapan sebelum bertemu wartawan dan melakukan wawancara penting untuk dilakukan. Berikut beberapa upaya artis sebelum melakukan wawancara:

1. Selalu berusaha tampil rapi dan merias diri terlebih dahulu sebelum bertemu wartawan;
2. Menenangkan diri dan berusaha berada dalam kondisi emosi yang stabil;
3. Berdiskusi dengan manajemen untuk menampilkan citra diri yang positif di hadapan wartawan.

Artis sangat memahami mengenai pentingnya merias diri agar tampil lebih cantik di depan wartawan, karena ini akan mempengaruhi wartawan dalam membuat berita tentang dirinya. Hal ini berlaku untuk seluruh informan. Keempat informan artis pada penelitian ini secara terbuka menyatakan hal itu kepada peneliti sebagai berikut;

“Kalau depan wartawan biasanya aku nggak pernah mau kalau nggak make up. Pokoknya kalau aku muncul di TV, orang lihat kemasannya bagus. Kalau kita keluar kan itu seperti iklan, marketing. Jadi aku nggak sembarangan ketika aku keluar di TV. Kadang-kadang kalau aku ngomong, aku berpikir dampaknya apa. Kalau aku ngomong begini dampaknya apa.” (Wawancara Julia Perez)

“Ya pernah lah. Dulu aku nggak seneng ke salon, ya apa adanya. Kadang-kadang orang memandang, koq artis gini banget, biasa. Tapi setelah mempelajari dari tahun ke tahun, packaging itu sangat penting untuk seorang public figure. Perempuan itu penting. Apalagi saya harus bersyukur, 20 tahun menyanyi, masih dipanggil kesana kemari, menjemput rejekinya anak-anak. Paling nggak, kalau saya nggak menarik, mungkin orang nggak ada yang panggil saya. Orang yang suaranya lebih bagus banyak. Yang pinter entertain juga banyak koq.” (Wawancara Yuni Shara)

Bahkan, Maia Estianty memiliki standar sendiri untuk setiap penampilannya di media massa, terutama media massa cetak. Peneliti menemukan, Maia selalu meminta seorang make up artis terkenal bernama Mia untuk selalu merias dirinya ketika akan melakukan wawancara atau difoto untuk kebutuhan media massa cetak.

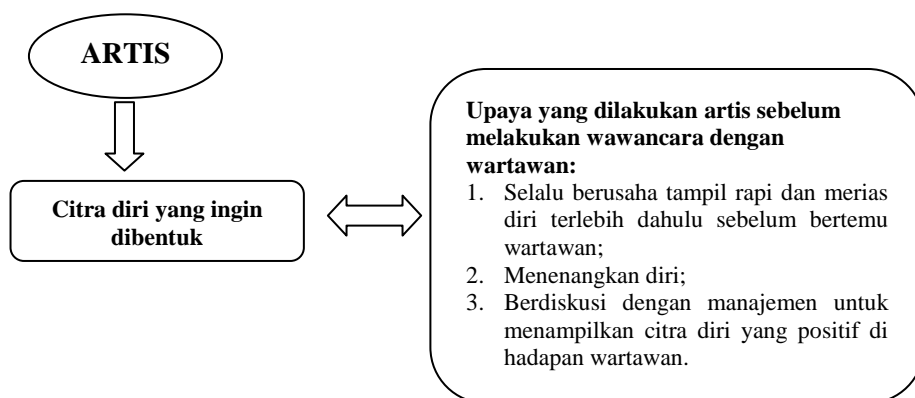
“Karena satu, gua percaya sama bu Mia, kedua gua males dandan, ketiga gua comfort aja sama dia, karena kalau sama dia gua pasti save.” (Wawancara Maia Estianty)

Ketika peneliti menanyakan mengapa Maia memperlakukan media massa cetak berbeda, maka Maia memberikan jawaban sebagai berikut;

“Kalo liat TV kan semenit dua menit tiga menit. Tapi kalau media cetak kan disimpen. Kalau TV kan 1 jam selesai. Karena cetak lebih terdokumentasi, usianya lebih lama.” (Wawancara Maia Estianty)

Hal ini tepat seperti yang dikemukakan oleh Poloma, bukan memusatkan perhatiannya pada struktur sosial, melainkan pada **interaksi tatap-muka atau kehadiran bersama** (*Co-presence*). Interaksi tatap-muka itu dibatasinya sebagai “individu-individu yang saling mempengaruhi tindakan-tindakan mereka satu sama lain ketika masing-masing berhadapan secara fisik”¹⁰.

Artis beranggapan jika penampilan lahiriah mereka cukup penting di media massa. Bahkan para informan artis ini menyatakan, jika hal itulah yang pertama kali mereka perhatikan setiap kali mereka melihat berita tentang diri mereka di media massa, hal ini sesuai dengan skema di bawah ini;



Model 2.2. *Citra Diri Artis sebelum Melakukan Wawancara (Back Stage Region)*

c. Penampilan Artis dalam Menampilkan Citra Dirinya di Hadapan Wartawan (*Front Stage Area*)

Berikut adalah penjelasan bagaimana artis ketika menampilkan citra dirinya dalam wawancara di hadapan wartawan (*front stage region*):

1. Berusaha selalu tersenyum dan dalam kondisi emosi yang stabil ketika bertemu wartawan;

¹⁰Margareth M. Poloma, Sosiologi Kontemporer, (Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa, 2010), 231

2. Berusaha mengatur ritme pembicaraan ketika berbincang-bincang dengan wartawan, sehingga setiap pernyataan yang diucapkan dapat ditangkap dengan jelas oleh wartawan.
3. Berusaha mengatur kalimat sehingga kalimat yang dikatakan cukup bijaksana.

Upaya-upaya tersebut biasanya juga didukung oleh manajemen artis yang bersangkutan. Beberapa fenomena yang peneliti dapatkan dari manajemen artis dalam penelitian ini adalah:

1. Manajemen berusaha mengatur wartawan untuk tertib sebelum bertemu dengan artis;
2. Manajemen bertanya kepada wartawan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada artis yang bersangkutan. Jika ada pertanyaan yang kurang berkenan, maka manajemen akan meminta wartawan yang bersangkutan untuk membatalkan pertanyaan tersebut atau menggantinya dengan pertanyaan lain.
3. Manajemen mendampingi artis yang bersangkutan ketika sedang melakukan wawancara;
4. Manajemen bertindak sebagai *time keeper* atau pengatur waktu durasi tanya jawab antara artis yang bersangkutan dengan wartawan.

Masing-masing informan yang peneliti teliti dalam penelitian ini juga memiliki cara masing-masing untuk mempertahankan citra diri yang mereka inginkan, terutama ketika berhadapan dengan wartawan. Mereka memahami, bahwa melalui wartawan yang bertemu dengan mereka secara langsung, citra diri mereka terbentuk di media massa. Mereka menyadari, berita mengenai mereka tergantung bagaimana mereka bersikap. Maia Estianty dengan waktu karir 10 tahun memilih untuk bersikap kompromi dengan wartawan, meski dengan demikian ia harus menyembunyikan citra diri yang sesungguhnya.

“tetap kita harus berlaku dan bersikap seperti apa yang publik mau. Sebenarnya ada (tekanan psikologis) sih, karena kita nggak jadi manusia yang apa adanya. Cuman tidak semua harus diungkap dengan gaya kita yang belum tentu bener. Kita harus bener-bener belajar, kalau di media kita harus berbicara seperti apa. Apa yang harus diungkap, apa yang tidak perlu diungkap.” (Wawancara Maia Estianty)

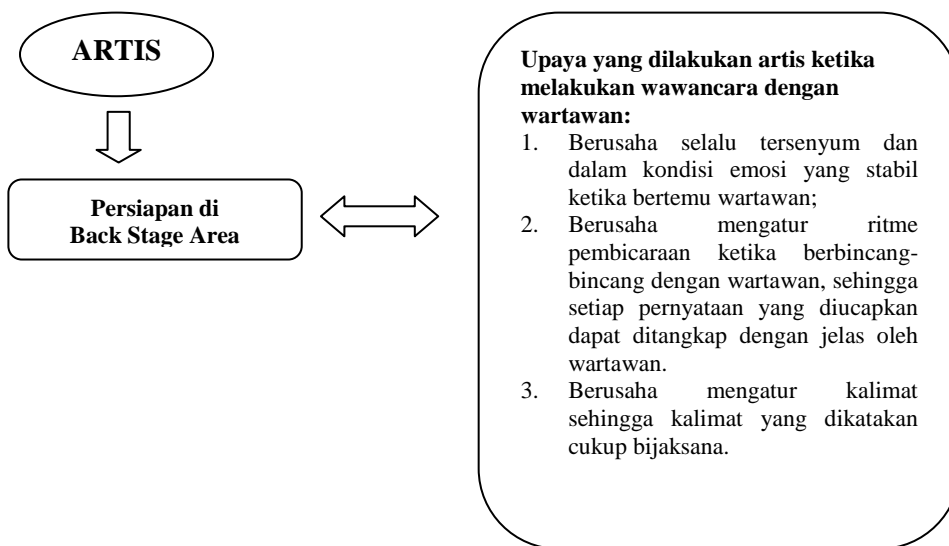
Hal tersebut tidak berlaku untuk Yuni Shara yang sudah berkarir sebagai artis diatas 25 tahun.

“Saya nggak suka dibuat-buat. Tapi kalau memang keadaannya begitu ya ayo aja. Sejah tidak mengganggu kegiatan saya.” (Wawancara Yuni Shara)

“Sekarang ada artis infotainment, kebetulan saya bukan kategori itu. Saya nggak perlu bawa bawa infotainment kemana-mana, karena penonton TV kita sekarang pintar, mereka akan muak dengan pemberitaan-pemberitaan seperti itu. Saya terus terang malah punya selling point tinggi, tapi masyarakat yang pintar-pinter itu akan mencemooh kita kan? Itu juga saya dapat dari pengalaman-pengalaman saya.”
(Wawancara Krisdayanti)

Pada kenyataannya, ada perbedaan sikap bagaimana membentuk citra diri di depan media dari artis-artis senior seperti Yuni Shara dan Krisdayanti, dengan artis-artis junior seperti Maia Estianty dan Julia Perez. Tetapi pada akhirnya mereka menyadari, bahwa kehati-hatian dalam bersikap menjadi hal yang paling penting ketika berhadapan dengan wartawan, terutama karena masing-masing artis pernah diberitakan dengan berita kontroversi.

Dengan konsep dramaturgis dan permainan peran yang dilakukan oleh artis, terciptalah suasana-suasana dan kondisi interaksi antara artis dan wartawan yang kemudian memberikan wartawan makna tersendiri untuk dibingkai dalam berita yang mereka hasilkan di media massa. Munculnya pemaknaan ini sangat tergantung pada latar belakang sosial artis itu sendiri.



Model 2.3. Citra Diri Artis ketika Melakukan Wawancara (Front Stage Area)

d. Pemahaman Artis tentang Popularitasnya di Publik sebagai Dampak dari Pemberitaan yang Dibingkai Wartawan di Media Massa (*Out Stage Area*)

Pada pembahasan ini artis memahami popularitasnya di publik sebagai dampak dari pemberitaan yang dibingkai wartawan di media massa (*out stage area*).

Artis memiliki berbagai pemahaman tentang popularitas. Berikut adalah beberapa pemahaman artis tentang popularitas yang diraih sebagai dampak dari pemberitaan di media massa yang dibingkai oleh wartawan:

1. Popularitas adalah dampak dari pemberitaan yang dibingkai oleh media massa;
2. Bagi artis yang tergolong senior karena masa karir yang lama, popularitas bukan hal yang utama lagi dalam berkarir;
3. Popularitas adalah hasil kerja keras, dedikasi, dan loyalitas terhadap pekerjaan.

Artis memahami jika popularitas adalah dampak yang diraih dari pemberitaan tentang dirinya di media massa. Jika berita di media massa memuat berita yang positif, maka dampaknya juga akan positif. Tetapi jika sebaliknya, maka dampak negatiflah yang akan didapat. Beberapa dampak dari citra diri artis yang positif di media massa:

1. Bertambahnya tawaran pekerjaan show;
2. Kesempatan bertemu berbagai kalangan masyarakat.
3. Peluang pendapatan lain misalnya dari iklan, dan lain-lain.
4. Penambahan jumlah fans yang signifikan

Selain itu, berikut beberapa dampak dari citra diri artis yang negatif di media massa:

1. Pemutusan hubungan kerja dengan pihak ketiga
2. Kehilangan kesempatan mendapatkan penghasilan lewat iklan, *off air*, dan lain-lain.
3. Kehilangan fans.

Upaya untuk Meraih dan Mempertahankan Popularitas

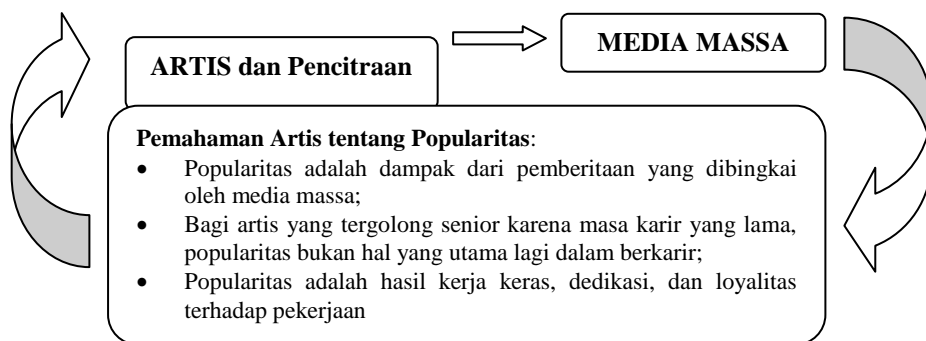
Artis juga berupaya untuk meraih maupun mempertahankan popularitas yang sudah dicapai. Beberapa upaya yang dilakukan artis sebagai bentuk upaya tersebut yang berhasil didapat peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Artis menghasilkan produk lagu-lagu terbaru yang berkualitas agar dapat diterima dengan baik oleh publik;
2. Artis memperlakukan wartawan sebagai rekan kerja dalam berkarir di industri hiburan.

Artis sangat memahami peran popularitas dalam karirnya. Artis menyadari bahwa popularitas tidak datang dengan otomatis, tetapi juga melalui proses yang panjang. Kerja keras dalam berkarir menjadi salah satu upaya yang dilakukan artis dalam upayanya meraih popularitas yang ingin diraih. Hal ini memang dapat dijelaskan melalui teori fenomenologi yang memang bertujuan untuk mengetahui ***dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung*** atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia dan makna yang ditempelkan padanya. Seperti yang diungkapkan oleh Julia Perez dalam wawancaranya dengan peneliti.

“Bekerja keras, berdoa dan berusaha, dan selalu buka wawasan luas. Buka internet, aku juga liat-liat artis luar. Kalau baca koran kalau jadi bupati ya, hababa. Jadi belajar sesuai dengan porsinya. Kalau lu di entertain, ya pelajari dari orang-orang yang udah sukses, dari orang-orang yang mempunyai predikat-predikat yang baik. Aku ambil sisi baiknya. Jadi aku percaya, kalau kita mau pasti bisa. Kalau modal badan pasti selesai. Hidup itu terlalu singkat untuk dihancurin gitu aja. Selalu cari yang terbaik. Kadang-kadang kita nggak mau tapi ya harus terima. Bagaimana kita menyikapinya dengan benar, dengan tidak sombong. Kalau pun mencong dikit, ya nggak mencong-mencong banget. Ujung-ujungnya sikap.”
(Wawancara Julia Perez)

Hal ini selaras dengan George Herbert Mead yang berpendapat bahwa manusia merupakan makhluk yang paling rasional dan memiliki kesadaran akan dirinya. Konsep ***diri*** menurut George Herbert Mead, pada dasarnya terdiri dari jawaban individu atas pertanyaan “Siapa Aku.”



e. Pemahaman Artis tentang Citra Dirinya di Media Massa dan Dampak Popularitasnya di Publik

1. Pemahaman Artis tentang Citra Diri yang Ditampilkannya di Media Massa

Artis sangat memahami, jika citra diri yang ingin diraih harus melalui proses pembentukan terlebih dahulu. Proses pembentukan itu meliputi persiapan sebelum melakukan wawancara, dan ketika melakukan wawancara di hadapan wartawan. Citra diri yang ditangkap oleh wartawan itulah yang kemudian akan dikembangkan oleh wartawan dalam berita yang dibingkainya di media massa.

Artis juga memahami, jika berita mengenai dirinya di media massa akan berdampak secara psikologis bagi publik. Berita dengan citra yang positif akan menghasilkan dampak popularitas yang positif. Sebaliknya, jika berita memuat citra negatif, maka akan menghasilkan dampak popularitas yang negatif pula. Beberapa dampak dari citra diri artis yang positif di media massa:

- Bertambahnya tawaran pekerjaan *off air*;
- Kesempatan bertemu berbagai kalangan masyarakat, diantaranya pengusaha dan atau pejabat publik;
- Peluang mendapatkan kesempatan menambah penghasilan lain misalnya iklan, dan lain-lain.
- Penambahan jumlah *fans* yang signifikan

Selain itu, berikut beberapa dampak dari citra diri artis yang negatif di media massa:

- Pemutusan hubungan kerja dengan pihak ketiga;
- Kehilangan kesempatan mendapatkan penghasilan lewat iklan, *off air*, dan pemasukan lain-lain;
- Kehilangan *fans*.

Artis juga memahami jika citra diri yang ingin diraih harus senantiasa dipelihara dengan konsisten. Konsistensi penting agar publik tidak bingung dalam menilai citra yang ingin ditampilkan. Ada beberapa cara yang ditempuh artis untuk mempertahankan konsistensi citra dirinya, diantaranya dengan tampil berkala di media massa.

2. Manfaat Popularitas Artis di Publik sebagai Dampak dari Pemberitaan di Media Massa

Akibat dari citra diri yang dibingkai oleh wartawan dalam berita di media massa, dampaknya adalah popularitas artis yang meningkat di

publik. Popularitas ini juga berperan penting dalam karir keartisan. Berikut adalah beberapa manfaat popularitas bagi artis yang berhasil peneliti dapatkan di lapangan:

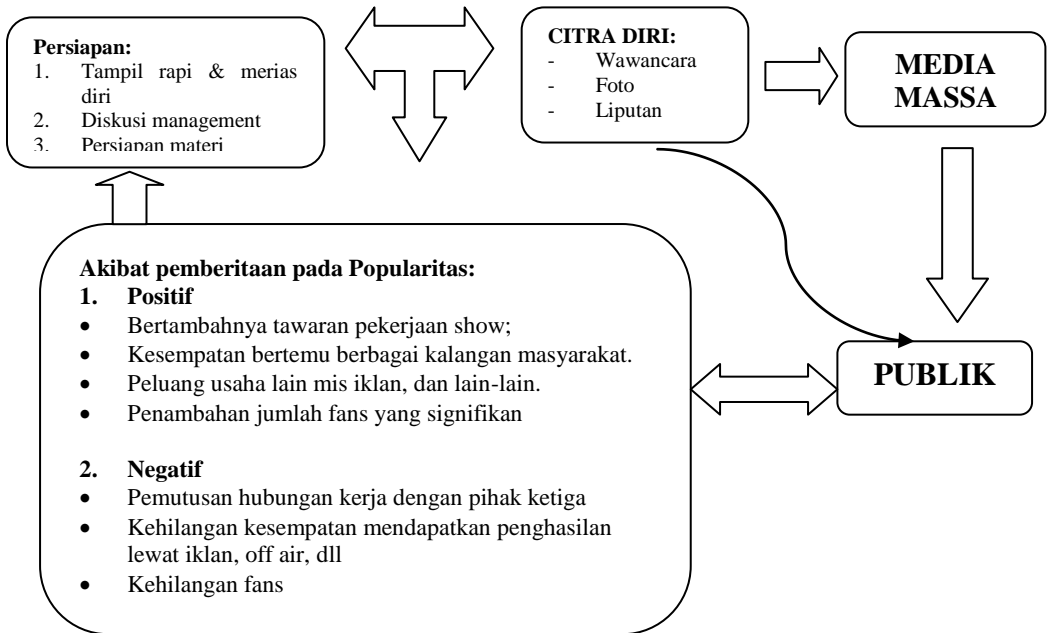
1. Menambah pemasukan karena bertambahnya tawaran pekerjaan show;
2. Membuka kesempatan untuk bertemu dengan berbagai kalangan masyarakat seperti pengusaha dan atau pejabat publik.
3. Membuka peluang usaha lain diluar industri hiburan untuk menambah pemasukan pribadi, misalnya iklan, dan lain-lain.
4. Penambahan jumlah *fans* yang signifikan.

Artis sangat memahami bahwa profesinya sebagai penghibur di industri hiburan sangat berkorelasi erat dengan pencitraan. Semakin baik citra diri yang ditampilkan, maka semakin positif respon yang akan didapat dari publik. Hal ini akan berdampak pada popularitas yang akan semakin tinggi di kalangan masyarakat.

Artis menempati kelas yang berbeda di tengah masyarakat. Artis seringkali dianggap sebagai kelompok eksklusif, yang tidak mudah didekati oleh masyarakat biasa. Oleh sebab itu, artis dianggap sebagai sosok yang menjadi rujukan bagi berbagai trend yang hidup ditengah masyarakat. Misalnya trend *fashion*, gaya hidup, dan lain-lain. Trend tersebut dikelola oleh artis dengan menempatkannya di dalam diri sendiri, sehingga muncul citra diri seperti yang diinginkan publik.

Selain itu, artis sangat memahami peran media untuk perkembangan karirnya. Banyak artis yang kemudian memanfaatkan media massa untuk berbagai tujuan seperti menaikkan reputasi, membuat sensasi agar namanya tetap populer, atau memanfaatkan media sebagai media promosi untuk kepentingan bisnisnya, dan lain-lain. Semakin banyak sorotan yang ditujukan media kepada mereka, semakin mendongkrak popularitas sang artis. Popularitas ini yang kemudian menjadi modal bagi artis tersebut untuk mendapatkan tawaran manggung dan atau penawaran kesempatan lain yang memberikan keuntungan secara finansial. Oleh sebab itu, artis seringkali menuntut dirinya sendiri untuk kooperatif dengan media massa.

Hal ini memang tidak berlaku untuk artis senior yang citra dirinya jauh lebih ajeg daripada artis yunior. Mereka cenderung menampilkan citra diri yang sesungguhnya. Citra diri itulah yang kemudian dibawa ke ranah publik melalui media massa, yang berdampak pada popularitas artis yang bersangkutan.



Model 2.5. Model Citra Diri Artis di Media Massa dan Popularitasnya di Publik

Penutup

Kesimpulan

Dari hasil penelitian di atas, maka mendapatkan disimpulkan sebagai berikut:

1. Citra diri bagi artis menentukan kesan yang ingin dibentuk dalam media massa. Semakin baik citra diri yang ditampilkan, maka peluang untuk mendapatkan kesan yang baik di media massa juga akan tercapai. Hal ini sejalan dengan pernyataan jika tidak semua orang mempunyai pengaruh yang sama terhadap citra diri artis. Yang paling mempengaruhi citra diri artis adalah orang-orang sekitar yang membawa berinteraksi dengan dirinya, karena interaksi tersebutlah yang akan menjadi realita. Realita tersebut harus mampu dibingkai artis menjadi bagian dari citra dirinya. Jika bingkai citra diri yang ditampilkan tidak sesuai dengan realita, maka suatu saat ketika realita tersebut terbuka, artis akan mendapat publikasi yang buruk. Tetapi jika citra diri yang ditampilkannya positif, maka dampak positiflah yang akan diperoleh artis pada kehidupan personalnya.
2. Sebelum berhadapan dengan wartawan untuk diwawancara, artis melakukan beberapa persiapan, diantaranya tampil rapi dan merias diri, menenangkan

diri agar berada dalam kondisi emosi yang stabil, dan berdiskusi dengan manajemen untuk menampilkan citra diri yang positif di hadapan wartawan. Ketika berhadapan dengan wartawan, maka artis melakukan berbagai upaya, diantaranya berusaha selalu tersenyum dan dalam kondisi emosi yang stabil ketika bertemu wartawan, berusaha mengatur ritme pembicaraan ketika berbincang-bincang dengan wartawan, sehingga setiap pernyataan yang diucapkan dapat ditangkap dengan jelas oleh wartawan, dan berusaha mengatur kalimat sehingga kalimat yang dikatakan cukup bijaksana.

3. Artis memahami sepenuhnya makna popularitas bagi dirinya. Popularitas yang positif akan menghasilkan dampak positif, diantaranya bertambahnya tawaran pekerjaan *off air*, kesempatan bertemu berbagai kalangan masyarakat seperti pengusaha dan atau pejabat publik, peluang mendapatkan kesempatan menambah penghasilan lain misalnya iklan, dan lain-lain, juga penambahan jumlah fans yang signifikan. Sementara jika popularitas negatif yang didapat maka akan berdampak pada pemutusan hubungan kerja dengan pihak ketiga, kehilangan kesempatan mendapatkan penghasilan lewat iklan, *off air*, dan pemasukan lain-lain, kehilangan fans.
4. Citra diri yang ditampilkan oleh artis, jika dibingkai secara positif oleh wartawan dalam berita di media massa, maka akan memberi kesan positif juga oleh publik. Jika sebaliknya, maka publik juga yang akan menolaknya. Berita di media massa membawa dampak popularitas yang besar bagi artis. Artis membutuhkan popularitas untuk dapat bertahan dalam menjalankan profesinya. Selain itu, artis juga mendapatkan berbagai keuntungan baik secara materi maupun *immateriil* sebagai dampak dari popularitas yang diperolehnya. Oleh sebab itu, artis selalu berupaya memelihara hubungan baik dengan wartawan sebagai mitra kerjanya.

Saran

Berdasarkan pembahasan kesimpulan pada uraian sebelumnya, maka saran-saran yang diberikan peneliti terhadap artis adalah sebagai berikut :

1. Artis harus cerdik dalam menjaga citra dirinya, dan cerdik dalam mengelola popularitas yang sudah diraih. Artis harus mampu menjaga integritasnya agar publik tidak merasa ditipu. Oleh sebab itu, artis perlu menjauhkan diri dari perbuatan-perbuatan buruk atau gaya hidup salah yang mungkin akan diketahui publik.
2. Artis dihibau untuk terus menerus melatih diri dalam membentuk citra diri yang ingin dicapai. Jangan terlena dengan pengalaman. Meminta bantuan kepada konsultan komunikasi bisa menjadi alternatif untuk menentukan citra diri yang lebih positif.
3. Popularitas tidak harus menjadi sasaran akhir yang wajib diraih, tetapi juga dapat berarti sebagai dampak dari kerja keras dan totalitas dalam berkarya.

Semakin baik karya yang dihasilkan, maka akan semakin baik pula dampaknya terhadap popularitas artis yang bersangkutan.

4. Artis harus memiliki kerja sama yang baik dengan seluruh wartawan. Oleh sebab itu, akan lebih baik jika artis dapat menyediakan waktu khusus untuk berinteraksi dengan wartawan, diluar pekerjaan masing-masing.
5. Wartawan dan media massa dihimbau untuk dapat meringkaskan berita dengan obyektif sesuai dengan fakta yang ditemui di lapangan. Media massa juga diharapkan memperhatikan aspek keberimbangan dalam penulisan berita, sehingga artis tidak selalu menjadi obyek penderita dalam berita.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. dkk. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Edisi Revisi), (Bandung: Symbiosa Rekatama Media, 2007)
- Blumer, Herbert. *Symbolic Interactionism, Perspective and Method*. Los Angeles, (California, Prentice-Hall, Inc. 1969)
- Creswel, John W *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Traditions*, (California. Sage Publications, Inc. 1998)
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992)
- Fisher, Aubrey. *Teori-teori Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990)
- Goffman, Erving. *The Presentation of Self In Everyday Life* { New York.: Doubleday, 1959)
- Haryatmoko *Etika Komunikasi, Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. (Yogyakarta: Kanisius, 2007)
- Kuswarno, Engkus. *Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman, dan Contob Penelitian*, (Bandung: Widya Padjadjaran, 1999)
- Littlejohn and Foss, *Theoris of Human Communication, 9th Edition*. Bellmont, (California: Thomson Wadsworth, tt)
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1990)
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006)
- , *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005)
- Poloma, Margareth M. *Sosiologi Kontemporer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa, 2010)

Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001)

Schutz, Alfred. *The Phenomenology of the Social World*, (Illinois: Northweteran University Press, 1967)

Severin and Tankard Jr. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta. Kencana Prenada Media Group, 2007)

Sunaryo, Djoenaesih. *Opini Publik*, (Yogyakarta: Liberty, 1996)

Sumber lain:

Panduan Penyusunan dan Penulisan Tesis & Disertasi. Bandung: Program Pascasarjana Tahun Akademik 2012– 2013.

Kamus Lengkap Indonesia – Inggris, Inggris – Indonesia. 1980. Bandung. Hasta <http://id.wikipedia.org/wiki/Sosialisasi>