

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kaesang Pangarep merupakan seorang Putra Bungsu Presiden Republik Indonesia. Sebagai seorang anak presiden, pria yang memiliki nama panggilan Kaesang ini tidak luput dari perhatian publik, ditambah Kaesang juga merupakan sosok yang aktif posting tentang kehidupan sehari-harinya melalui media sosial diantaranya twitter dan instagram dengan nama akun yang sama yaitu @kaesangp yang telah memiliki 2,2M pengikut untuk twitter dan 2,1M pengikut untuk instagram berdasarkan data pada 1 April 2021.

Tingginya jumlah pengikut dalam berbagai akun media sosial yang dimiliki, menunjukkan bahwa Kaesang adalah seorang yang tidak hanya dikenal sebagai anak Presiden Republik Indonesia, tetapi Kaesang telah menjadi seseorang yang terkenal. Kaesang dikenal sebagai seorang anak muda yang giat dalam berbisnis dalam berbagai bidang, diantaranya adalah bidang kuliner, startup dan bidang fashion. Beberapa produk yang dijual Kaesang adalah Nugget Pisang dengan brand Sang Pisang, Startup dengan nama Madhang dan fashion dengan *brand* Sang Javas-Truz. Semangat Kaesang dalam merintis usaha yang melibatkan banyak ide-ide kreatif dari anak-anak muda, membuat Kaesang menjadi seorang selebriti yang terkenal khususnya di kalangan anak muda.

Selebriti adalah orang yang terkenal, bintang televisi, aktor film, atlet, politikus, orang yang terkenal (Shimp, 2007). Selain itu, Shimp juga

mengemukakan (2003, 460) definisi selebriti adalah tokoh (aktor, penghibur, atau atlet) yang dikenal karena prestasinya didalam bidang-bidang yang berbeda dari golongan produk yang didukungnya. Sehingga, dapat diperoleh kesimpulan bahwa selebriti tidak hanya merupakan aktor film, atlet maupun politikus, namun seseorang yang terkenal karena suatu hal atau dalam bidang tertentu dapat juga disebut seorang selebriti. Berdasarkan pendapat Shimp tersebut di atas maka Kaesang dapat disebut sebagai seorang selebriti.

Pada awal Maret 2021, Kaesang Pangarep (Kaesang) diterpa isu terkait hubungannya dengan seorang wanita bernama Felicia Tissue, di mana Kaesang dinilai publik telah melakukan *ghosting*, yaitu istilah yang sering digunakan oleh para netizen untuk keadaan di mana seseorang tiba-tiba menghilang tanpa kejelasan (tribunnews.com, 2021). Hal ini bermula dari postingan seorang dengan nama akun *meilia_lau* yang kemudian diketahui adalah Ibu dari Felicia Tissue, mantan kekasih Kaesang Pangarep.

Gambar 1.1.

Postingan meilia_lau tentang *ghosting* yang dilakukan Kaesang



(Sumber: akun ig meilia_lau)

Gambar 1.2.

Dukungan Netizen Untuk Felicia Tissue



Akun tersebut menceritakan bahwa Kaesang telah melakukan *ghosting* kepada putrinya, di mana Kaesang telah menghilang tiba-tiba tanpa

kejelasan perihal kelanjutan hubungan dengan putrinya. Sejak adanya postingan tersebut disusul postingan lainnya yang diposting akun yang sama terkait Kaesang tersebut, netizen ramai membicarakan terkait *ghosting* yang dilakukan Kaesang ini. Sebagian publik ada yang turut memberikan dukungan kepada Felicia melalui akun Ibunya tersebut dengan membuat komen balasan. Perbincangan terkait *ghosting* yang dilakukan Kaesang tidak hanya dibicarakan melalui instagram meilia_lau saja, namun netizen juga memberikan reaksi melalui akun media sosial milik Presiden Joko Widodo, salah satunya yang dimuat oleh www.kompastv.com (2021) yang mana banyak netizen yang membicarakan terkait Kaesang dan meminta Presiden Joko Widodo untuk memperhatikan masalah ini.

Gambar 1.3.

Komentar Netizen pada instagram Presiden Joko Widodo

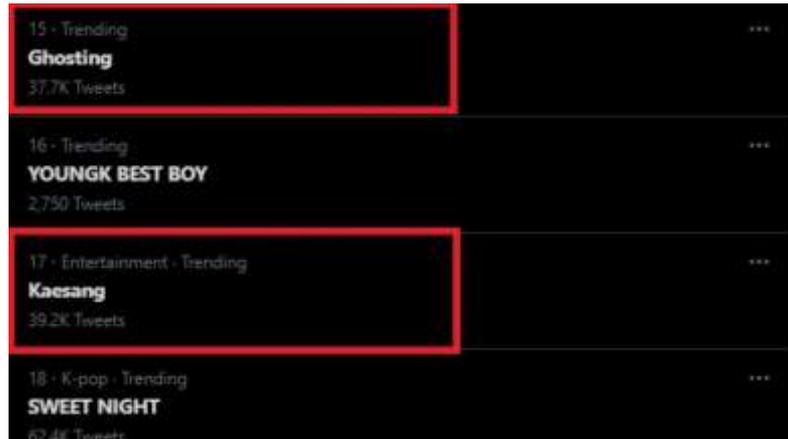


Ramainya netizen memperbincangkan tentang hubungan Kaesang dan Felicia juga turut membuat media-media besar seperti CNN (2021), Kumparan (2001), Kompas.com (2001), pramborsfm.com (2021) dan detik.com (2001)

membahas masalah ini. Bahkan, hal ini juga menjadi trending topik di twitter pada 7 Maret 2021.

Gambar 1.4

Trending Topik *Ghosting* Kaesang di media sosial Twitter



Trending twitter tersebut tentunya dapat berdampak pada citra seorang Kaesang, di mana banyak netizen yang pada akhirnya memberikan komentar negatif tentang dirinya karena telah melakukan *ghosting*. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti citra seperti apa yang direfleksikan melalui akun twitter Kaesang Pangarep di tengah isu *ghosting* yang sedang menimpanya. Akun twitter dipilih karena berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, Kaesang lebih banyak memposting tentang dirinya di twitter dibandingkan di instagram.

Jalaludin Rakhmad dalam Soemirat dan Ardianto (2007, 114), mendefinisikan citra sebagai gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi. Berdasarkan pengertian para pakar di atas, citra dapat diartikan sebagai gambaran yang didapat oleh lingkungan di sekitar atau pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahuannya tentang suatu obyek. Artinya, citra dapat saha dibentuk tidak

sesuai realitas, tergantung dari orang yang membentuk citra tersebut. Bisa saja orang tersebut mencitrakan dirinya tidak sesuai realita hanya agar mendapatkan kesan positif dari orang lain.

Citra terbentuk dari pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Menurut Ardianto dan Soemirat (2015, 116) terbentuknya citra diri terdiri dari empat aspek yaitu :

- a) Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsurlingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya.
- b) Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup, sehingga dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.
- c) Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.
- d) Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau

perilaku tertentu. Untuk mengetahui bagaimana citra seseorang di masyarakat.

Menurut Elvinaro citra berupa gambaran atau kesan yang sengaja diciptakan (2013, 62). Sedangkan Philip Kotler menyatakan bahwa sikap dari seseorang akan ditentukan oleh citra obyek tersebut. Pencitraan atau pembentukan citra sendiri pada akhirnya menghasilkan pendapat atau kesan dari orang lain dengan menanggapi citra seseorang tersebut, citra diri yang positif maupun citra diri yang negative (Kotler 2000, 18). Salah satu tempat untuk membentuk citra diri adalah media, dan lebih tepatnya pada media baru, karena setiap orang dapat membangun citranya dari media tersebut. Media baru juga memiliki karakteristik dapat menyimpan apa yang diunggah.

Kotler juga menjelaskan bahwa sikap dari seseorang akan ditentukan oleh citra obyek tersebut (Kotler 2000, 18). Adapun postingan twitter yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah postingan yang dibuat oleh Kaesang dalam akun twitternya pada bulan Maret 2021. Pemilihan bulan tersebut adalah karena pada bulan tersebut adalah bulan di mana Kaesang dituduhkan netizen melakukan *ghosting* dan pada bulan maret adalah bulan di mana ramainya perbincangan netizen terkait isu *ghosting* tersebut.

Adapun penelitian terdahulu adalah milik Ida Nurul Fitriyah (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019) berjudul “*Pengaruh Harga, Brand Image, dan Personal Branding Kaesang Pangarep Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sang Pisang Royal Plaza Surabaya*”. Penelitian ini bahwa variabel harga dan *brand image* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap

keputusan pembelian pada produk Sang Pisang Royal Plaza Surabaya. Untuk personal branding secara parsial tidak menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sang Pisang Royal Plaza Surabaya. Sedangkan hasil pengujian secara simultan diketahui bahwa harga, brand image dan *personal branding* Kaesang Pangarep berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Sang Pisang Royal Plaza Surabaya.

Selain itu, penelitian terdahulu dari penelitian ini merupakan penelitian berjudul “*Kang Pisang Personal Branding of the Jokowi Youngest Son in The Microblogging Media*”. Penulis Marshelia Gloria Narida (Jcommsci, 2019) di mana penelitian ini menggambarkan *personal branding* Kaesang Pangarep sebagai seorang penjual pisang melalui media *microblogging* twitter. Penelitian ini menunjukkan bahwa Kaesang walaupun sebagai seorang anak dari Presiden Republik Indonesia, ia mencitrakan dirinya sebagai seorang penjual pisang, bukan seorang anak presiden yang memiliki fasilitas eksklusif. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa Kaesang berkomunikasi dengan para netizen layaknya seorang biasa.

B. Rumusan Masalah

Citra berupa gambaran atau kesan yang sengaja diciptakan untuk memperoleh pandangan positif dari orang lain. Ketika menghadapi isu, citra positif yang dimiliki seseorang dapat saja terpengaruh dan berubah menjadi citra yang negatif, seperti halnya yang dialami oleh Kaesang pada bulan Maret 2021 di mana ia diterpa isu melakukan hosting terhadap mantan kekasihnya.

Ramainya publik membicarakan isu *ghosting* tersebut, menarik peneliti untuk membuat penelitian dengan pertanyaan penelitian yaitu seperti apa citra yang diciptakan oleh Kaesang dalam menanggapi isu *ghosting* melalui akun dalam media sosial twitter? Penelitian ini akan dilakukan dengan menganalisis akun twitter @kaesangp Milik Kaesang Pangarep dengan analisis semiotika.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan, penelitian ini memiliki tujuan untuk menemukan citra seperti apa yang diciptakan oleh Kaesang dalam menanggapi isu *ghosting* melalui akun dalam media sosial twitter.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian kali ini tentunya akan memberikan sebuah manfaat besar yang nantinya akan berdampak pada hasil akhir setelah terpublikasinya penelitian ini ketika sudah jadi dan disetujui banyak pihak. Berikut kegunaan dari penulisan penelitian ini:

1. Manfaat Akademik

Berhubungan dengan teoritis, penelitian kali ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan Komunikasi dan hubungan masyarakat khususnya terkait citra diri, yang membahas mengenai analisis semiotika serta analisis mengenai media sosial *Instagram* yang

berkaitan langsung dengan perilaku publik figure dalam membangun citra khususnya Ketika sedang diterpa sebuah isu

2. Manfaat Praktis

Secara praktis sangat diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terlibat dalam pembangunan citra pribadi di sosial media, sehingga dapat menjadi contoh bagi khalayak luas untuk bersosial media yang baik dan tidak berlebihan dalam membentuk citra diri di sosial media. Selain itu dapat memperkaya maupun memperluas tema penelitian sehingga dapat bermunculan penelitian yang lebih aplikatif serta sangat ramah terhadap situasi dan peristiwa-peristiwa sosial yang terjadi dalam kehidupan masyarakat sehingga dapat menjadi sebuah solusi dari berbagai permasalahan yang ada di masyarakat itu sendiri.

E. Sistematika Penulisan

1. Bab I berisi pendahuluan yaitu latar belakang mengenai penjelasan yang hendak diteliti dengan menggunakan data-data yang dapat dipertanggungjawabkan terdapat pula argumentasi bahwa penelitian ini perlu dilakukan serta terdapat juga penelitian terdahulu sebagai perbedaan. Selanjutnya terdapat perumusan masalah yang berisi pertanyaan masalah yaitu masalah penelitian yang akan dilakukan dan pernyataan masalah yaitu kalimat yang dihasilkan dari pertanyaan masalah dan tujuan penelitian berisi tujuan untuk menjawab perumusan masalah penelitian. Terdapat juga manfaat penelitian

menjelaskan kegunaan dari penelitian yang sudah dilakukan dan di harapkan dapat berguna bagi masyarakat dan peneliti selanjutnya. Selanjutnya sistematika penulisan menjabarkan struktur penulisan dari awal hingga akhir.

2. Bab II berisi tinjauan pustaka yaitu landasan teori menjelaskan konsep atau teori yang peneliti gunakan untuk masalah penelitian dan kerangka teoritis yang disebut teorisasi yang menjelaskan teori dan konsep sebagai gambaran sistematis. Selanjutnya yaitu kerangka berpikir berisikan gabungan dari penjelasan di landasan teori dan disusun menjadi sebuah bagan.
3. Bab III berisi metodologi penelitian yaitu paradigma penelitian peneliti menetapkan paradigma yang akan peneliti gunakan untuk memperkuat penelitian masalah. Pendekatan penelitian menjelaskan argumentasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Metode penelitian menjelaskan metode seperti apa yang digunakan oleh peneliti agar relevan dengan masalah yang hendak diteliti. Metode pengambilan informan menjelaskan cara peneliti mengambil informan sebagai pelengkap penelitian. Sumber data menjelaskan dari mana data tersebut diambil. Metode pengumpulan data menjelaskan metode seperti apa yang peneliti lakukan untuk memperoleh data dari narasumber. Teknis analisis berisikan bagaimana data yang sudah dianalisis menggunakan coding. Serta Teknik interpretasi data meliputi penafsiran dari analisis data yang nantinya akan dijadikan sebagai

kesimpulan penelitian. Dan yang terakhir yaitu Keabsahan data menjelaskan keputusan tentang penilaian dari data yang sudah diperoleh.

4. Bab IV berisi pembahasan yaitu penyajian gambaran umum tentang objek yang diteliti dan menjelaskan hasil data-data yang sudah didapat dari narasumber.
5. Bab V berisikan penutup yaitu kesimpulan dan saran dari pokok-pokok yang telah di paparkan di bab awal hingga bab akhir.

