

ANALISIS PENGGUNAAN *TWITTER* SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI SELEBRITIS DI JAKARTA

Suzy Azeharie dan Octavia Kusuma
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
Jl. Letjen S Parman No. 1 Jakarta Barat
azehariesuzy@yahoo.com

Abstract: This study discusses the use of twitter as a medium of communication that do celebrities in Jakarta, Indra Aziz, Pongki Barata and kerispatih. The support of the fans means a lot to all three top celebrities in order to continue working in the entertainment industry. Communication is the key to self-publish to the public in order to gain support for their new works. Twitter is one of the medium used to communicate with fans. Therefore the aim of this study was to determine the reason and purpose of twitter as a communication media celebrities. This research uses descriptive qualitative research method, using mass communication theory, uses and gratification models, new media, social media celebrities and theories of Public Relations on the Internet. The results of the analysis showed that the reason Indra Aziz, Pongki Barata and Kerispatih chose twitter as penggunaannya easier when compared to other social media. The use of twitter is considered very effective because the celebrities can convey all the information they want to convey to the people, especially their fans, in a wide range of deployment messages with easy and fast.

Keywords: twitter, social media, communications, celebrities

Abstrak: Penelitian ini membahas penggunaan *twitter* sebagai media komunikasi yang dilakukan selebritis di Jakarta yaitu Indra Aziz, Pongki Barata dan kerispatih. Dukungan dari penggemar amat berarti bagi ketiga selebritis di atas agar dapat terus berkarya di industri hiburan. Komunikasi menjadi kunci untuk mempublikasikan diri kepada masyarakat guna meraih dukungan terhadap karya karya mereka. *Twitter* merupakan salah satu media yang digunakan untuk berkomunikasi dengan penggemar. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan serta kegunaan twitter sebagai media komunikasi selebritis. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan menggunakan teori komunikasi massa, *uses and gratification model*, *new media*, media sosial selebritis dan teori *Public Relations on Internet*. Hasil analisis menunjukkan bahwa alasan Indra Aziz, Pongki Barata dan Kerispatih memilih *twitter* karena penggunaannya lebih mudah jika dibandingkan dengan media sosial lainnya. Penggunaan *twitter* dinilai sangat efektif karena para selebritis dapat menyampaikan segala informasi yang ingin

mereka sampaikan kepada masyarakat, khususnya penggemar mereka, dalam jangkauan penyebaran pesan yang luas dengan mudah dan cepat.

Kata Kunci: *twitter*, media sosial, komunikasi, selebritis

Pendahuluan

Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Karena manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri. Beberapa sebab mengapa manusia membutuhkan komunikasi dengan manusia lain dikatakan oleh Harold D.Laswell dalam buku Hafied Cangara bahwa antara lain manusia ingin mengontrol lingkungan melalui berbagai informasi yang didapatnya dari proses komunikasi dalam lingkungan. Sebab lain manusia membutuhkan komunikasi adalah agar manusia dapat beradaptasi dengan lingkungannya (Cangara,2008:2).

Dalam proses komunikasi diperlukan media sebagai saluran penyampaian pesan. Terutama dalam kegiatan komunikasi massa maka media merupakan salah satu unsur penting yang mampu mempengaruhi hubungan dan kegiatan manusia. Kalau dulu, menurut Starubhaar,LaRose dan Davenport, bila menyebut media berarti berbicara tentang media massa seperti radio, televisi, film dan koran maka dengan perkembangan teknologi saat ini media juga dapat berarti sebagai media baru yang terkait dengan penggunaan teknologi media interaktif seperti internet (Straubhaar et al, 2010:21). Hal yang hampir sama dikatakan oleh Marshall Mc Luhan dalam buku Apriadi Tamburaka bahwa teknologi komunikasi memainkan peran penting dalam membawa perubahan dari penggunaan media tradisional ke media elektronik (Tamburaka,2013: 71).

Internet membawa perubahan yang amat dahsyat. Hal ini dikatakan oleh Cutlip,Center dan Broom yang mengungkapkan bahwa perubahan komunikasi yang sangat luas dan mendalam disebabkan kehadiran internet (Cutlip et al,2009: 287). Sementara di tempat lain Rob Brown mengatakan bahwa internet telah membawa manusia modern kedalam suatu proses komunikasi yang lebih berarti dibandingkan dengan media lainnya (Brown, 2009:1). Padahal penggunaan internet saat ini hampir mendominasi hampir seluruh kegiatan manusia. Manusia tidak hanya mencari informasi dari internet akan tetapi juga juga memperlakukannya sebagai sebuah media komunikasi. Hal tersebut menguatkan pendapat Mc Luhan tentang Global Village yaitu setiap manusia di dunia ini dapat terhubung dan berkomunikasi tanpa halangan waktu maupun jarak karena tergabung dalam suatu komunitas maya (Tamburaka, 2013:75).

Perkembangan teknologi internet dan mobile phone diiringi pula dengan pertumbuhan media sosial yang semakin pesat. Dengan munculnya beragam media sosial maka para pengguna internet semakin dimudahkan untuk saling berkomunikasi.

Pada tahun 2004, media sosial *facebook* yang muncul langsung diikuti fenomena bergabungnya berjuta juta orang dari berbagai belahan bumi ke dalam jejaring sosial tersebut. Besarnya minat orang untuk menggunakan facebook member peluang bagi penyedia layanan situs internet untuk mengembangkan media sosial lainnya, masing

masing memiliki keunggulannya masing masing yang menarik perhatian pengguna internet. Salah satu media sosial tersebut adalah *twitter*.

Sejak *facebook* muncul di tahun 2004 maka ia menjadi media sosial kesayangan pengguna internet, maka kemunculan *twitter* memunculkan fakta bahwa saat ini *twitter* lebih disukai daripada *facebook*. Data terbaru penggunaan *twitter* hingga saat ini penggunaannya adalah 218,3 juta diseluruh dunia (okezone.com,14 Oktober 2013). Hal inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa *twitter* dipilih sebagai bahan penelitian.

Dari sekian banyak pengguna di dunia adalah keikutsertaan selebritis dalam dunia *twitter*. Fitur dalam *twitter* yang memungkinkan siapa saja untuk berkomunikasi tanpa batas dimanfaatkan oleh penggemar sebagai wadah untuk berkumpul dan berkomunikasi dengan artis idola. Fenomena penggunaan *twitter* oleh selebritis dipelopori oleh Ashton Kutcher sebagai selebritis pertama yang menggaet satu juta pengikut (Tamburaka, 2013:82). Antusiasme dari pengguna yang member perhatian lebih pada akun selebritis tersebut kemudian memunculkan trend baru yaitu menjadikan *twitter* sebagai media komunikasi selebritis dengan penggemarnya.

Trend tersebut mempengaruhi kelompok selebritis tanah air yang memanfaatkan *twitter* sebagai media komunikasi. Penggunaan media sosial didasari oleh tujuan dan harapan yang ingin dicapai. Oleh karena itu penulis akan mengkaji asal mula, tujuan dan harapan dari beberapa selebritis Indonesia yang memiliki akun *twitter*. Mereka antara lain adalah Indra Aziz, Pongki Barata dan Kerispatih.

Indra Aziz adalah seorang pelatih vocal Indonesia yang melatih di beberapa ajang pencarian bakat. Antara lain di Indonesian Idol, X Factor ID dan Indonesia Mencari bakat. Sementara Pongki Barata merupakan salah satu personil band The Dance Company dan dulu lebih dikenal sebagai Pongki Jikustik. Sedangkan Kerispatih adalah sebuah kelompok band yang telah berkarir cukup lama di ranah musik Indonesia.

Keberhasilan ketiga selebritis di atas dalam membangun karir hingga saat ini tidak lepas dari dukungan masyarakat. Oleh karena itu selebritis perlu bersentuhan langsung dengan penggemarnya untuk mendapatkan dukungan dari mereka dan salah satu caranya adalah dengan menggunakan internet. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan Ardianto, Komala dan Karlinah bahwa internet merupakan suatu teknologi yang dapat digunakan untuk mencapai publik sasaran secara langsung tanpa intervensi dari pihak lain (Ardianto et al, 2012:192).

Berdasarkan deskripsi di atas maka menarik untuk menganalisis penggunaan *twitter* oleh selebritis dalam berinteraksi langsung dengan penggemarnya. Oleh karena itu dapat diformulasikan judul penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif ini yaitu "Analisis Penggunaan *Twitter* sebagai Media Komunikasi Selebritis di Jakarta".

B. Identifikasi Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi memunculkan berbagai jenis media sosial. Setiap pengguna situs memiliki harapan yang berbeda terkait dengan fasilitas pada media sosial (Zarrella, 2010:53). Untuk dapat menarik perhatian pengguna internet

maka setiap media sosial saling bersaing menampilkan keunikan dan keunggulan yang dapat ditawarkan untuk memnuhi kebutuhan komunikasi manusia saat ini.

Microblog adalah bentuk blog yang membatasi ukuran setiap *postnya*. Sebagai salah satu media sosial penyedia layanan microblog, maka *twitter* memberikan fasilitas penulisan pesan yang hanya dapat menampung 140 karakter (Zarrella,2010:31).

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka beberapa masalah dapat diidentifikasi yaitu bermanfaat atau tiddakkah *twitter* bagi selebritis dalam berkomunikasi dengan penggemarnya?

Masalah lainnya adalah *twitter* memiliki keterbatasan dalam merangkaikan isi pesan karena hanya bisa memuat 140 karakter huruf. Hal tersebut dikhawatirkan dapat mempengaruhi keefektifan penggunaan *twitter* sebagai media komunikasi untuk menjalin hubungan baik dengan publik.

C. Ruang Lingkup

Ruang Lingkup penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Indra Aziz, Pongki Barata dan Kerispatih yang meruapakn beberapa selebritis di Indonesia aktif menggunakan media sosial twitter.
2. Penggemar adalah orang orang yang menjadi *follower* Indra Aziz, Pongki Barata dan Kerispatih di *twitter*.
3. Penelitian ini akan mengkaji asal mula, tujuan dan harapan dari selebritis dalam menggunakan *twitter*.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan paparan di atas maka permasalan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : Analisis Penggunaan *Twitter* sebagai Media Komunikasi Selebritis di Jakarta.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis alasan pemilihan dan kegunaan *twitter* sebagai media komunikasi bagi selebritis di Jakarta.

BAB II METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Herdiansyah, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan daln lain sebagainya (Herdiansyah,2010:9). Sementara Rosady Ruslan menjelaskan bahwa penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari pandangan partisipan (Ruslan, 2008:215).

Sementara Daymond dan Holloway menjabarkan karakteristik kualitatif sebagai berikut:

- a. Kata. Penelitian kualitatif lebih berfokus pada kata kata daripada angka,walaupun adakalanya angka digunakan untuk menandai frekuensi kehadiran suatu teman dalam transkrip atau terjadinya tindakan tertentu.
- b. Keterlibatan peneliti. Dalam penelitian kualitatif maka peneliti dituntut untuk terlibat langsung dekat dengan orang orang yang menjadi tujuan dalam penelitian.
- c. Sudut pandang partisipan. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dipengaruhi oleh pandangan peneliti dalam menafsirkan data yang subyektif dan riwayat hidup peneliti sendiri serta keterlibatannya dengan orang orang yang diteliti.
- d. Riset skala kecil. Sample kecil merupakan suatu keharusan agar dapat menghasilkan penjelasan yang kaya, terperinci atau uraian yang menyeluruh.
- e. Fokus yang holistik. Dalam penelitian kualitatif, peneliti cenderung berfokus pada aktivitas,pengalaman,keyakinan dan nilai dari orang orang dalam cakupan yang luas dan saling berhubungan.
- f. Fleksibel. Hal hal baru di luar topik dan agenda awal yang mendorong terjadinya suatu penelitian bisa saja muncul dalam proses penelitian kualitatif sehingga peneliti diminta untuk fleksibel sehingga dapat mudah beradaptasi.
- g. Proses. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan proses yang berlangsung dari waktu ke waktu sehingga perpanjangan keterlibatan peneliti memiliki penegrtian bahwa penelitian kualitatif dapat disesuaikan dengan adanya perubahan, urutan peristiwa dan perilaku serta transformasi kebudayaan.
- h. Latar alami. Pada umumnya penelitian kualitatif dilakukan di lingkungan alami tempat partisipan berada. Hal tersebut memungkinkan peneliti untuk mampu mengamati atau berusaha terlibat dalam interaksi dan aktivitas rutin dari partisipan.
- i. Induktif ke deduktif. Penelitian kualitatif cenderung dimulai dengan pemikiran induktif dan kemudian berlanjut melalui proses berurutan dengan menerapkan pemikiran deduktif. Hal tersebut berarti bahwa gagasan awal dari hasil mengumpulkan dan meneliti data secara induktif yang lalu diuji dengan menghubungkannya dengan literatur dan kumpulan data. Dari pengujian tersebut akan muncul pemikiran deduktif yaitu berupa analisa yang lebih lengkap.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Moleong menjabarkan salah satu cirri penelitian kualitatif adalah deskriptif yaitu suatu penelitian dengan data yang dikumpulkan bukan dalam bentuk angka angka melainkan berupa kata kata ataupun gambar (Moleong, 2007:11).

Sementara Nazir menjelaskan bahwa tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta fakta,sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2002:54). Di pihak lain Burhan Bungin menjelaskan bahwa penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian eksplorasi dan memainkan peranan yang penting dalam

menciptakan hipotesis atau pemahaman orang tentang berbagai variable sosial (Bungin, 2007:69).

Metode penelitian kualitatif deskriptif dipilih karena bertujuan untuk mendapatkan data yang sesuai untuk menjelaskan dan menggambarkan kegunaan *twitter* sebagai media komunikasi antara selebritis dengan penggemarnya.

Model penelitian lapangan, observasi dan penelitian kepustakaan juga akan digunakan dalam penelitian ini. Data yang dipeoleh di lapangan akan dipadukan dengan teori dan pendapat para ahli kemudian akan ditarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut.

C. Nara Sumber

Dalam penelitian ini metode wawancara mendalam kepada beberapa narasumber akan dilakukan. Nara sumber tersebut adalah :

1. Selebritis

Kehadiran selebritis di media sosial *twitter* cukup mendapat perhatian dari pengguna *twitter* lainnya. Adapun beberapa selebritis yang akan dijadikan nara sumber dalam penelitian ini adalah Indra Aziz, Pongki barata dan Kerispatih. Ketiga selebritis tersebut dipilih karena keterlibatannya sebagai bagian dari selebritis yang cukup aktif dalam menggunakan *twitter*.

2. Followers

Beberapa followers dari ketiga akun *twitter* selebritis di atas akan dijadikan narasumber dalam penelitian ini guna memperoleh informasi tentang manfaat *twitter* sebagai media yang menghubungkan antara selebritis dengan penggemarnya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Rosady Ruslan, salah satu komponen utama dalam melaksanakan penelitian adalah data. Pengumpulan data merupakan suatu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistemik, logis dan proses pencarian data yang valid (Ruslan ,2008:26). Maka data dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh peneliti untuk dimanfaatkan (Ruslan,2008:138). Cara yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data primer adalah sebagai berikut:

- a. Wawancara

Menurut Lexy Moleong, wawancara adalah merupakan percakapan dengan maksud tertentu (Moleong,2007:186). Sementara Deddy Mulyana mengatakan bahwa wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya

dengan mengajukan pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu (Mulyana,2006:180).

Untuk penelitian ini dilakukan wawancara secara intensif dan mendalam dengan tiga orang selebritis mengenai penggunaan *twitter*.

b. Observasi

Menurut Indriantoro dan Supomo dalam Rosady Ruslan, observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subyek, obyek atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu yang diteliti. Teknik observasi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

- 1) Wawancara secara langsung terutama pada subyek atau obyek penelitian yang sulit diprediksi
- 2) Melakukan observasi secara mekanis pada perilaku atau kejadian yang bersifat rutin, berulang ulang atau telah terprogram sebelumnya (Ruslan,2008:34-35).

Dalam penelitian ini akan digunakan observasi pada aktivitas komunikasi sehari-hari yang dilakukan ketiga selebritis tadi melalui *twitter*.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau digunakan oleh pihak lain yang bukan merupakan pengolahnya guna dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu (Ruslan, 2008:138). Cara yang digunakan dalam mengumpulkan data sekunder adalah sebagai berikut :

a. Studi Kepustakaan

Teknik pengumpulan data lainnya yang akan digunakan adalah studi kepustakaan. Menurut Rosady Ruslan studi kepustakaan merupakan pencarian data dan informasi melalui bacaan jurnal ilmiah, buku buku referensi dan bahan lainnya yang tersedia (Ruslan,2008:31).

Studi kepustakaan dalam penelitian dengan mempelajari dan memahami teori serta informasi dari berbagai buku referensi yang relevan dan sesuai kebutuhan untuk menyelesaikan penelitian ini.

b. Internet

Data dari berbagai sumber di internet juga akan dipakai dalam penelitian ini.

E. Fokus penelitian

Penelitian ini akan memfokuskan pada hal-hal sebagai berikut :

1. Alasan pemilihan *twitter* sebagai media komunikasi oleh selebritis.
2. Menjelaskan kegunaan *twitter* sebagai penghubung komunikasi antara selebritis dengan penggemarnya.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut ini akan dipaparkan hasil penelitian dari rumusan masalah Analisis Penggunaan *Twitter* sebagai Media Komunikasi Selebritis di Jakarta. Seperti telah dikemukakan sebelumnya, hasil penelitian ini didapat dari mengumpulkan data yang diperoleh ketika wawancara dan observasi dari nara sumber.

A. Gambaran Umum Unit Observasi

1. Sekilas tentang *Twitter*

Perkembangan teknologi komunikasi memberikan pengaruh yang besar terhadap kegiatan komunikasi kehidupan manusia saat ini. Tamburaka menjelaskan bahwa kehadiran media sosial sebagai salah satu wujud perkembangan teknologi yang dimanfaatkan manusia modern untuk berkomunikasi (Tamburaka,2013:78). *Twitter* merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang menarik perhatian pengguna internet. Hal tersebut disebabkan penggunaannya yang mudah guna saling bertukar informasi sehingga setiap individu di planet ini dapat saling terhubung (Madcoms,2010:121).

Twitter, menurut situs resmi *twitter*, berdiri di San Francisco pada tanggal 19 April 2007. Misinya adalah untuk member kesempatan bagi setiap orang untuk dapat saling menciptakan dan berbagi ide ide serta informasi secara langsung tanpa hambatan (<http://about.twitter.com/company>, diunduh pada tanggal 04 Desember 2013).

Saat ini *twitter* menjadi salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak yaitu 218, 3 juta orang diseluruh dunia (okezone.com,diunduh tanggal 14 Oktober 2013). Untuk Indonesia peminat microblog *twitter* juga cukup banyak. Berdasarkan data yang diperoleh dari PT Bakrie telecom, Indonesia menempati peringkat lima besar pengguna *twitter* di dunia dengan jumlah pengguna 19, 5 juta (sindonews.com,diunduh tanggal 18 Desember 2013). Sekitar 62, 9% pengguna *twitter* Indonesia masuk dalam kategori remaja dengan rata rata usia 21 tahun (beritagar.com,diunduh tanggal 18 Desember 2013).

2. Profil Selebritis

a) Indra Aziz

Indra Aziz adalah seorang vocalist,saxophonist dan composer Indonesia. Bakat musiknya diasah sejak kecil dan diturunkan dari ibunya yang merupakan artis dan penari yaitu Rosita Sanusi. Indra Aziz mulai bernyanyi dan bermain saxophone secara profesional sejak tahun 2001. Di awal karirnya di dunia music, ia berkolaborasi dengan musisi jazz kenamaan di Indonesia seperti Indra Leksmana, Deviana Daudsjah, Dwiki Dharmawan,

Benny Likumahuwa, idang rasjidi, Aksan Sjuman, Riza Arsjad dan Margie Segers (indraaziz.net,diunduh pada tanggal 04 Desember 2013).

Dalam situsnya disebutkan juga bahwa ia menjadi guru vocal bagi beberapa penyanyi seperti Agnes Monica, Titi DJ, Rossa, Titi Rajo Bintang, Andien dan Raisa. Ia juga menjadi pelatih vocal pada ajang pencarian bakat antara lain Indonesian Idol, Indonesia Mencari bakat dan Nez Academy.

Akun pribadi *twitter* yang digunakan nya untuk berkomunikasi dengan penggemarnya adalah @IndraAziz. Indra berinteraksi dengan followersnya mengenai berbagai hal yang ia anggap menarik (wawancara dengan Indra Aziz di Jakarta tanggal 04 Desember 2013 pukul 20.00).

b) Pongki Barata

Pongki Barata merupakan seorang musisi. Bernama asli Stefanus Pongki Tri Barata dan mulai dikenal masyarakat semenjak bergabung menjadi vokalis dalam band "Jikustik" tahun 2000 sampai 2008. Bersama Jiskustik, Pongki telah mengeluarkan delapan album dan saat ini ia bergabung dalam group band "The Dance Company" (www.pongkibarata.com,diunduh pada tanggal 12 Desember 2013).

Selain menciptakan lagu untuk kelompok musiknya,ia juga menciptakan lagu untuk penyanyi lain seperti untuk Audy dan Siti Nurhaliza. Ia juga menjadi produser album dan single dari beberapa artis misalnya Dessy Ratnasari, KLA Project dan Sophie Navita.

c) Kerispatih

Kerispatih merupakan sebuah group band Indonesia yang dibentuk tanggal 21 April 2003 beranggotakan lima orang yaitu Fandy (menggantikan Sammy) sebagai vokalis, Badai di keyboard, Arief pada gitar,Andika pada bass dan Anton pada drum (http://twitter.co/kerispatih_band, diunduh pada tanggal 12 Desember 2013).

Karir profesional mereka jalani setelah membentuk manajemen band yang saat itu dikelola Ingga Jaya Purda. Saat ini kerispatih bergabung dalam manajemen Bagot'z Production dan memulai rekaman pada tahun 2004. Telah tujuh album yang dikeluarkan kerispatih antara lain tahun 2008 "Tak Lekang Oleh Waktu" dan tahun 2012 "Melekat di Jiwa".

Akun resmi Kerispatih adalah @kerispatih_band yang digunakan untuk berinteraksi dengan Mahapatih sebutan bagi penggemar band mereka (wawancara dengan Fandy Santoso pada tanggal 15 Desember 2013 di Jakarta).

3. Profil Followers Selebritis

Ada tiga orang followers yang akan diwawancara yaitu pertama Jimmy (21). Seorang musisi yang mengikuti akun selebritis dengan alasan untuk mendapat pengetahuan tentang musik. Yang kedua adalah Francisca Angelina (20) seorang mahasiswi di Institut Musik Indonesia yang mengikuti akun

selebritis agar mengetahui kegiatan selebritis idola sekaligus mengetahui perkembangan dunia musik. Terakhir adalah Kennedy (25) seorang IT analyst yang bekerja di PT.Searsi Autoraya yang mengikuti akun selebritis untuk mendapatkan motivasi dari selebritis idola.

Alasan dipilihnya ketiga narasumber ini karena ketiganya merupakan penggemar yang mengikuti berbagai informasi tentang selebritis idola melalui *twitter*.

B. Analisis dan Pembahasan

1. Komunikasi Selebritis dengan Penggemar

Terence A.Shimp (2003:460) mengatakan bahwa seorang tokoh dalam bidang yang berbeda dapat dikatakan sebagai selebritis jika dikenal masyarakat karena prestasi dari karya yang dihasilkan. Dalam hal ini karya yang dihasilkan Indra Aziz, Pongki Barata dan Kerispatih dalam bidang music mendapat apresiasi masyarakat sehingga membuat ketiganya dikenal sebagai selebritis. Selain kiprah mereka yang sudah cukup lama di dunia musik, ketiganya juga cukup aktif dalam menggunakan *twitter* sebagai media komunikasi sehingga dijadikan alasan untuk memilih mereka sebagai narasumber.

Dalam wawancara yang dilakukan terhadap Pongki Barata, salah satu personil The Dance Company, terungkap bahwa menurut Pongki sangat penting untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan penggemarnya. Hal tersebut dikarenakan kehadiran penggemar dapat memberi nilai bagi hasil karya yang ia ciptakan. Menurut Pongki, agar terjalin hubungan yang baik, maka ia merasa perlu member sesuatu yang lebih kepada followersnya seperti menyapa penggemar dan mendengarkan saran saran yang datang dari penggemarnya yang mengikuti perkembangan karyanya (wawancara dengan Pongki Barata, di Jakarta pada tanggal 13 Desember 2013).

Senada dengan pendapat Pongki di atas, Indra Aziz yang merupakan seorang guru vokal ternama mengungkapkan bahwa menjalin hubungan baik dengan penggemar merupakan sesuatu yang sangat penting karena penggemar merupakan salah satu elemen yang wajib ada dalam sebuah ekosistem musik. Penggemar menjadi alasan Indra sebagai seorang selebritis untuk konsisten menghasilkan karya (wawancara dengan Indra Aziz di Jakarta pada tanggal 4 Desember 2013 pukul 20.00).

Sementara di tempat lain Fandy Santoso, vokalis dari Kerispatih mengungkapkan bahwa tanpa Mahapatih, penggemar Kerispatih maka group bandnya tidak akan bertahan di industry hiburan tanah air karena tidak akan ada yang membeli CD, tidak akan ada yang menonton konser mereka. Oleh karena itu masih menurut Fandy, kehadiran penggemar bagi artis atau sebuah group band merupakan segalanya (wawancara dengan Fandy Santoso di Jakarta pada tanggal 15 Desember 2013 pukul 09.30).

Komunikasi menjadi salah satu cara guna menjalin hubungan dengan penggemar. Hal tersebut dikatakan oleh Rogers dan D.Lawrence Kincaid dalam

buku Hafied Cangara yang mengatakan bahwa dalam kegiatan komunikasi akan terjadi proses pertukaran informasi satu dengan yang lain sehingga muncul pengertian yang mendalam (Cangara, 2008:19).

Dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi dengan penggemar merupakan hal yang penting dilakukan oleh seorang selebritis. Karena komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan untuk menginformasikan kehadiran selebritis, karya karya mereka sekaligus kegiatan yang dilakukannya, sehingga penggemar dapat mengetahuinya.

2. Alasan Pemilihan *Twitter* oleh Selebritis Sebagai Media Komunikasi

Dukungan masyarakat menjadi tolok ukur seseorang untuk dikenal sebagai selebritis. Proses komunikasi massa menjadi kunci agar masyarakat dapat mengetahui kehadiran selebritis melalui karya yang mereka ciptakan. Menurut John Vivian (2008:450) medium massa diperlukan dalam proses komunikasi massa untuk mengirim pesan kepada audience yang luas, sehingga dapat menjangkau ribuan bahkan jutaan orang.

Komunikasi massa dapat dilakukan melalui berbagai media. Namun salah satu cara media yang paling populer saat ini adalah internet. Menurut Ardianto, Komala dan Karlinah (2012:192) penggunaan internet dapat membantu terwujudnya proses komunikasi langsung dengan public tanpa adanya pihak yang dapat mengintervensi. Lebih lanjut John Vivian (2008:475) menjelaskan bahwa pemilihan media biasanya didasari atas kebutuhan dan kepentingan penggunaannya. Bagi sebagian besar selebritis, *twitter* dianggap sebagai media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka untuk dapat berkomunikasi langsung dengan penggemarnya.

Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan selebritis yang memaparkan berbagai alasan mengapa mereka memilih *twitter*. Fandy Kerispatih menjelaskan bahwa *twitter* merupakan salah satu media sosial yang sedang populer. Meskipun saat ini bermunculan media sosial lainnya seperti Path, Instagram dan sebagainya, akan tetapi sepanjang yang Fandy ketahui, *twitter* terbukti sebagai salah satu media sosial yang amat membantu kalangan artis yang memiliki album untuk mempublikasikan diri. Hal tersebut dikarenakan penggunaan *twitter* yang mudah hanya dengan memfollow maka seorang pengguna *twitter* dapat mengetahui kegiatan artis idolanya sehari hari. Hal ini berbeda dengan Path yang membutuhkan persetujuan pertemanan untuk mendapatkan akses informasi pada akun yang dituju (wawancara dengan Fandy Santoso di Jakarta pada tanggal 13 Desember 2013 pukul 09.30).

Lebih lanjut dijelaskan oleh Fandy bahwa *twitter* lebih mudah digunakan bila dibandingkan dengan media lain seperti website. Jika menggunakan website maka akan lebih sulit untuk melakukan perubahan informasi. Sebab untuk mengupdate informasi dalam website harus dilakukan oleh ahlinya. Sedangkan dalam *twitter*, untuk merubah status dapat menggunakan hand phone untuk

menuliskan secara cepat dan mudah (wawancara dengan Fandy Santoso di Jakarta tanggal 13 Desember 2013).

Sementara bagi Indra Aziz seorang musisi mengatakan kemudahan untuk mengakses *twitter* melalui telepon selular adalah beberapa alasan yang membuatnya menjatuhkan pilihan pada *twitter* (wawancara dengan Indra Aziz pada tanggal 4 Desember 2013 pukul 20.00).

Sedangkan Pongki Barata mengungkapkan alasannya memilih *twitter* karena penggunaannya paling mudah jika dibandingkan dengan media sosial lainnya. Pongki hanya cukup membuat akun dan bagi siapapun yang tertarik dapat mengikuti akun Pongki. Melalui postingan dalam akun tersebut setiap followers Pongki dapat melihat apa yang disampaikan olehnya (wawancara dengan Pongki Barata tanggal 12 Desember 2013 pukul 13.00).

Lebih lanjut Pongki menjelaskan bahwa dalam *twitter*, ia tidak perlu membalas pesan yang tidak ingin diaanggapi dan itu juga berlaku bagi orang lain yang tidak ingin menanggapi pesan yang dikirim Pongki.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa para selebritis tersebut memilih *twitter* sebagai media komunikasi karena mereka berharap akan memperoleh kemudahan dalam berkomunikasi dengan penggemarnya. Karena bila dibandingkan dengan media sosial lainnya yang membutuhkan keahlian khusus atau persetujuan pertemanan agar dapat mengakses informasi pemilik akun, maka akses untuk mendapatkan informasi pada *twitter* cenderung lebih mudah. Hanya dengan memfollow akun seorang selebritis maka setiap saat penggemar dapat mengikuti perkembangan informasi mengenai idolanya.

3. Manfaat Penggunaan *Twitter* bagi Selebritis

Cukup banyak manfaat yang diperoleh dari penggunaan *twitter* melalui berbagai fiturnya. Hasil wawancara terhadap Pongki Barata mengungkapkan bahwa manfaat yang diperoleh dari menggunakan *twitter* adalah kecepatan penyebaran informasi dapat membantunya jika Pongki ingin melakukan survey. Misalnya ketika Pongki melakukan survey untuk mengetahui siapa penyanyi perempuan yang dirasa cocok untuk membawakan lagu lagunya, maka dengan menyebarkan pertanyaan tersebut di *twitter*, para followers dapat langsung memberikan saran.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Fakhurroja dan Munandar (2009:20) yang mengungkapkan beberapa kelebihan *twitter* yaitu antara lain pemilik akun dapat memposting status dengan singkat dan cepat melalui aplikasi yang terdapat pada telepon selular. Dipihak lain Indra Aziz mengungkapkan manfaat yang ia rasakan ketika ia memperkenalkan karya ciptaannya pada publik dan di share melalui *twitter*. Ketika Indra share informasi tentang produk DVD workshop + CD latihan vocal melalui *twitter* maka followers yang membeli DVD dan CD tersebut memposting gambar produk sekaligus mention kepada @IndraAziz yang dapat dilihat oleh followers lainnya.

Penjelasan Indra Aziz di atas sejalan dengan paparan Anne Ahira tentang salah satu kelebihan *twitter* yaitu penyebaran isi pesan yang lebih luas dibandingkan dengan media sosial lainnya. Karena pemilik akun *twitter* dapat melihat tweet pengguna lainnya tanpa harus menjadi teman dengan dengan menuliskan nama seseorang atau kata kunci dari suatu pesan pada kotak pencarian di *twitter* (www.anneahira.com, diunduh pada tanggal 21 September 2013).

Fandy Kerispatih memaparkan bahwa melalui *twitter* ia mendapat jalinan pertemanan banyak. *Twitter* membantu Kerispatih untuk mempublikasikan single music terbaru, album terbaru dan berkomunikasi dengan penggemar dengan mudah tetapi juga tetap dapat menjaga privasinya (wawancara dengan Fandy Santoso pada tanggal 15 Desember 2013 pukul 09.30).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, penulis menyimpulkan bahwa secara umum manfaat yang diperoleh selebritis dari penggunaan *twitter* adalah pertama, mendapat feedback dari masyarakat tentang hal hal yang selebritis ingin ketahui. Kedua penyebaran pesan yang luas mampu menjangkau audiens massa sehingga dapat lebih dikenal masyarakat. Ketiga, mendapatkan jaringan pertemanan yang luas tanpa merusak privasi kehidupan pribadi.

4. Dampak Penggunaan *twitter* terhadap Hubungan Selebritis dengan Penggemar

Eksistensi seorang selebritis ditentukan dari dukungan yang didapatkan dari penggemarnya. Untuk mendapatkan dukungan tersebut maka diperlukan hubungan baik yang akan terjalin jika ada proses komunikasi. Scott (2007:13) menjelaskan bahwa melalui new media perusahaan dapat melakukan kegiatan Public Relations yaitu untuk menjalin hubungan baik dengan publik. Dalam hal ini selebritis dapat menjalin hubungan baik dengan bersentuhan langsung pada publik melalui *twitter* guna mendapatkan dukungan dari penggemarnya.

Fandy sebagai salah satu personil Kerispatih mengungkapkan bahwa dengan *twitter* maka hubungannya dengan penggemar terasa lebih dekat. Hal tersebut disebabkan Kerispatih dapat secara langsung menyapa penggemarnya. Misalnya ketika Kerispatih mentweet "Selamat pagi Mahaptai se Indonesia" maka para penggemarnya dapat membalas "Selamat pagi, apa kabar band kesayanganku?". Hal tersebut dirasakan sebagai langkah yang baik untuk membuat hubungan Kerispatih dan penggemarnya terasa dekat (wawancara dengan Fandy Santoso pada tanggal 15 Desember 2013 pukul 09.30 di Jakarta).

Sementara Indra Aziz mengungkapkan bahwa proses komunikasi melalui *twitter* membawa dampak yang sangat positif terhadap hubungannya dengan penggemar. Karena dengan mengikuti akun *twitter* miliknya maka para followers akan dapat terus mengup date kegiatan Indra sehari hari tanpa kehilangan jejak (wawancara dengan Indra Aziz di Jakarta pada tanggal 04 Desember 2013 pukul 20.00).

Di tempat lain Pongki Barata mengungkapkan bahwa *twitter* membuka kesempatan bagi penggemar untuk dapat mengakses informasi mengenai kehidupannya. \Misalnya tentang kesibukannya ketika bersama anak anaknya di rumah, pengalaman di jalan ketika hampir ditabrak sehingga para followersnya menjadi tahu. Meskipun tidak semua hal ia bagikan kepada public tetapi secara garis besar penggemarnya dapat terus mengikuti kehadirannya melalui berbagai pesan yang ia sampaikan di *twitter* (wawancara dengan Pongki Barata di Jakarta pada tanggal 12 Desember 2013 pukul 13.00).

Sementara wawancara yang dilakukan terhadap beberapa pengguna *twitter* mengungkapkan bahwa mereka juga menyambut baik kehadiran selebritis di *twitter*. Kennedy seorang IT analyst menjelaskan bahwa ketika selebritis mau berbagi sesuatu melalui titter maka selebritis tersebut akan mendapat pandangan yang positif dari penggemarnya (wawancara dengan Kennedy di Jakarta pada tanggal 15 Desember 2013 pukul 15.00).

Sementara wawancara dengan Jimmy seorang musisi mengungkapkan bahwa akun *twitter* sangat dinanti kehadirannya karena penggemar itu selalu ingin berkomunikasi langsung dengan selebritis yang diidolakannya (wawancara dengan Jimmy di Jakarta tanggal 12 Desember 2013 pukul 16.00).

Dari penjelasan yang diungkapkan di atas dapat disimpulkan bahwa *twitter* telah menjadi wadah bagi selebritis dan penggemar guna melakukan komunikasi dua arah. Dan hal tersebut sejalan dengan pendapat Fakhurroja dan Munandar yang menagtakan bahwa dengan memanfaatkan *twitter* maka pengguna dapat berbalas status dari komunikator secara langsung sehingga menjadikan hubungan antara inspirator dengan pengikutnya terasa dekat (2013:20).

5. Manfaat *Twitter*

Berbagai kegunaan *twitter* oleh selebritis diungkapkan dalam wawancara yang dilakukan terhadap ketiga narasumber selebritis. Bagi Indra Aziz selain digunakan untuk berinteraksi dengan penggemar, maka selaku pelatih vocal ia dapat berbagi pengetahuan tentang pelatihan vocal kepada orang banyak melalui *twitter*. Sehingga followersnya dapat memperoleh pengetahuan dengan mudah dan cepat (wawancara dengan Indra Aziz di Jakarta pada tanggal 04 Desember 2013 pukul 20.00).

Senada dengan pernyataan di atas, Fandy Kerispatih juga mengungkapkan bahwa *twitter* digunakannya untuk mempromosikan lagu lagu terbaru, sekaligus untuk menyapa penggemar dan meng update jadwal event yang akan diselenggarakan (wawancara dengan Fandy Santoso di Jakarta pada tanggal 15 Desember 2013 pukul 09.30).

Dari hasil wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan *twitter* sebagai media komunikasi oleh selebritis adalah guna mempromosikan karya, melakukan survey pendapat, berbagi cerita kehidupan sehari hari, meng update event yang akan datang dan menyapa penggemar.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari penjabaran di atas maka dapat disimpulkan bahwa *twitter* sangat efektif untuk digunakan dalam menghubungkan selebritis dengan penggemarnya secara langsung. Hal ini dibuktikan dengan bertahannya *twitter* sebagai media pilihan untuk berkomunikasi dengan penggemar.

Pentingnya kehadiran penggemar dalam kehidupan karir selebritis membuat mereka harus dapat menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Dengan memanfaatkan media sosial seperti *twitter* maka akan membantu selebritis dalam berinteraksi dengan penggemarnya.

Secara umum alasan pemilihan *twitter* sebagai media komunikasi karena kemudahan mengakses *twitter* yang dapat dilakukan melalui telepon selular yang dipakai sehari-hari. Tanpa memerlukan keahlian khusus atau persetujuan pertemanan maka setiap followers dapat langsung mengikuti update informasi terbaru mengenai selebritis idola mereka. Jangkauan penyebaran pesan yang luas juga menjadi alasan selebritis memilih *twitter* karena hal tersebut dapat membantu selebritis mempublikasikan karya-karyanya agar semakin dikenal masyarakat luas.

Keinginan penggemar untuk dapat berkomunikasi langsung dengan idola mereka juga dapat diwujudkan melalui fitur berbalas pesan secara langsung sehingga membuat hubungan selebritis dan penggemar menjadi terasa dekat. Selain untuk menyapa penggemar, selebritis juga menggunakan *twitter* untuk melakukan survey pendapat tentang karyanya dan menerima saran dari followers yang dijadikan sebagai motivasi untuk

Daftar Pustaka

- Brown, Rob. 2009. ***Public Relations and The Social Web***. London: Kogan Page
- Bungin, Burhan. 2007. **Penelitian Kualitatif**. Jakarta : Kencana.
- Cangara, Hafied. 2008. **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Cutlip, Scott M et al. 2006. ***Effective Public Relations***. Jakarta : Kencana.
- Daymond, Christine & Holloway, Immy. 2008. **Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications**. Yogyakarta : PT. Benteng Pustaka
- Fakhrurroja, Hanif & Munandar, Aris. 2009. ***Twitter : Ngoceh Dapet Duit***. Yogyakarta : Great Publisher
- Herdiansyah, H. 2010. **Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Ilmu Sosial**. Jakarta. Salemba Humanika

MADCOMS.2010. **Facebook, Twitter dan Plurk dalam Satu Genggaman.**

Yogyakarta: Penerbit

ANDI

Moleong, Lexy J.2007. **Metode Penelitian Kualitatif edisi Revisi.** Bandung :

PT.Remaja

Rosdakarya

Mulyana, Deddy. 2006. **Metodelogi Penelitian Kualitatif:Paradigma Baru Ilmu Komunikasi**

Dan Ilmu Sosial lainnya. Bandung: Rosda Karya.

Nazir, Moh. 2005. **Metode Penelitian.** Jakarta: Ghalia Indonesia.

Ruslan, Rosady. 2008. **Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi.**

Jakarta : PT.

Rajawali Pers.

Shimp,Terence A. 2003. **Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran**

Terpadu,Edisi 5, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Tamburaka,Apriadi. 2013. **Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa.**

Jakarta : PT. Rajawali Pers.

Vivian,John. 2008. **Teori Komunikasi Massa.** Jakarta : Kencana.

West, Richard dan turner,Lynn H. 2009. **Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan**

Aplikasi. Salemba Humanikas.

Zarrela,Dan. 2010. **The Social Media Marketing Book.** Jakarta :PT.Serambi Ilmu Semesta

Anggota IKAPI.

Sumber lain :

www. anneahira.com

www. indraaziz.net

www.pongkibarata.com

<http://about.twitter.com/company>.