

# **PERAN DIANITA TIASTUTI SEBAGAI *PUBLIC RELATIONS* MANAJER ARTIS DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN *STAKEHOLDER* EKSTERNAL**

**Safira Hini Kamila Hadi**

Universitas Muhammadiyah Jember, Jl.Karimata No.49, Jember, Jawa Timur  
Email: safirahini24@gmail.com

## ***Abstract***

*The career path of the artists in the entertainment industry is greatly influenced by the artist manager. They must be effective communicators, especially with the client, who will hand off the job to the artist. There are many ways to communicate, one of which is two-way symmetrical communication, in which the organization and outsiders have a reciprocal two-way interaction. The purpose of this study is to ascertain how an artist's personal manager, Dianita Tiastruti, contributes to the development of communication and collaboration with outside stakeholders. The Two Ways Symmetrical theory is applied in this work. Another theory from public relations management is applied in the descriptive qualitative methodology. The study's findings indicate that effective communication with clients as well as the artists you are managing is essential to becoming a successful artist manager.*

**Keywords** : *Public Relations Management, External Stakeholders, Personal Artist Manager, Two Way Symmetrical*

## **Abstrak**

Manajer artis merupakan seseorang yang berperan sangat penting dalam perjalanan karir para artisnya di dunia hiburan. Mereka harus pandai dalam berkomunikasi khususnya dengan pihak klien selaku stakeholder eksternal yang akan memberikan proyek kepada artis. Berbagai macam cara dapat dilakukan dalam hal berkomunikasi, salah satunya ialah Two Ways Symmetrical, dimana komunikasi ini merupakan hubungan dua arah timbal balik antara organisasi dengan pihak luar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran seorang Dianita Tiastruti sebagai personal manajer artis dalam membangun komunikasi sehingga terjalin k.erjasama dengan stakeholder eksternal. Penelitian ini menggunakan teori Two Ways Symmetrical. Metode yang digunakan ialah deskriptif kualitatif dan menggunakan teori lain dari manajemen humas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kunci dari menjadi manajer artis ialah komunikasi yang baik dan efektif, baik kepada artis yang ditangani maupun kepada klien.

**Kata Kunci** : Manajemen Humas, Stakeholder Eksternal, Personal Manajer Artis, Model Two Way Symmetric

## **Pendahuluan**

Seorang artis tidak akan bisa berjalan sendiri tanpa adanya manajer. Meskipun artis ini tidak tergabung kedalam suatu manajemen mereka harus memiliki seorang manajer untuk mengatur dan membantu karir mereka agar terus mendapat proyek baru di dunia hiburan.

Manajemen humas ialah salah satu fungsi dari manajemen yang dikembangkan guna membangun hubungan antara organisasi dengan masyarakat. Bertujuan untuk menciptakan kerja sama antara kedua belah pihak sehingga akan mendapatkan pengakuan dari masyarakat luas. Begitupun dengan personal manajer. Bisa dikatakan bahwa tugas dari personal manajer hampir sama dengan manajemen humas. Mereka selalu melakukan komunikasi dan membangun hubungan yang efektif dengan para klien, sehingga tercipta kesepakatan untuk melakukan kerjasama. Tidak hanya itu, personal manajer juga bertanggung jawab untuk selalu menjaga citra positif para artis di hadapan publik.

Dalam penelitian manajer artis yang dipilih ialah Dianita Tiasuti. Alasannya ialah karena Dianita Tiasuti memiliki segudang pengalaman dan prestasi. Pernah menggeluti bidang humas perfilman untuk jangka waktu yang cukup lama, mengikuti sebuah ajang memasak di salah satu stasiun televisi, dan berbagai pengalaman lainnya. Maka dari beberapa pengalaman dan prestasi yang dimiliki, penulis memutuskan untuk meneliti seorang Manajer Artis Dianita Tiasuti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *public relations* manajer artis dalam menjalin hubungan dengan pihak *stakeholder* eksternal, serta hambatan apa saja yang dialami oleh Dianita selama berperan sebagai manajer artis. Manfaat penelitian ini adalah dapat memahami dan mengetahui cara kerja dari seorang manajer artis. Penelitian ini menggunakan model *Two Ways Symmetrical* dan juga teori manajemen humas menurut Cutlip and Center antara lain, *fact finding and feedback, planning and programming, action and communications, and evaluation*.

*Two Ways Symmetrical* model merupakan salah satu model teori dari *public relations*. Menerapkan komunikasi dua arah timbal balik antara individu atau kelompok dengan publik. Informasi yang diberikan dari individu atau organisasi, dapat diberikan umpan balik dari komunikan yang tak lain ialah publik. Diskusi mengenai informasi yang diberikan akan berakhir ketika kedua belah pihak mencapai tujuan bersama.

Tahapan yang ada pada teori manajemen humas antara lain, *fact finding and feedback* (Pencarian fakta yang melatar belakangi masalah), *planning and programming* (Perencanaan dan pemrograman yang disusun guna mengatasi fakta yang ditemukan di

tahap pertama), *action and communication* (Pelaksanaan atau aksi dari apa yang telah direncanakan guna menyelesaikan ), dan *evaluation* (Pengadaan evaluasi di akhir kegiatan guna memperbaiki kesalahan selama berlangsungnya pelaksanaan agar dikemudian hari tidak terulang).

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Yang menjadi subjek penelitian ini adalah personal manajer artis Dianita Tiasuti. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling karena penulis mengambil satu orang sebagai sampel yang paling faham dan mengetahui tentang permasalahan yang diangkat. Dalam menganalisis data, penelitian ini melalui tiga tahapan yaitu, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

#### **Teori Manajemen Humas**

Dianita Tiasuti ialah seorang sarjana Komunikasi Humas Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Indonesia. Dianita memulai karirnya menjadi seorang humas perfilman di salah satu rumah produksi. Tidak hanya berkuliah, Dianita juga menyambi bekerja. Banyak pekerjaan yang telah ia lakukan meski masih di bangku kuliah. Ia memulai karirnya menjadi PR film pada tahun 2011. Saat itu tugasnya menjadi seorang *Publicist*. *Publicist* sendiri ialah salah satu dari profesi humas.

Dianita Tiasuti memulai profesi sebagai manajer artis dimulai dari tahun 2015. Sebagai seorang manajer artis banyak sekali tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan. Dari mencarikan pekerjaan para artisnya, menekan kontrak kerja dengan klien, membangun *chemistry* dengan para artis, memahami karakter setiap artis, membangun komunikasi dan hubungan dengan klien, dan masih banyak lagi.

Pada penelitian ini, dalam menjalankan perannya sebagai personal manajer artis Dianita Tiasuti menerapkan beberapa tahapan yang ada dalam teori manajemen humas, antara lain:

#### **1. FACT FINDING**

Dalam hal ini Dianita Tiasuti sebagai seorang personal manajer artis menemukan bahwa pekerjaannya mewajibkan dirinya untuk mampu berkomunikasi dengan banyak orang. Sedangkan cara komunikasi antara individu satu dengan yang lainnya memiliki

gaya yang berbeda. Pencarian fakta ini dilakukan secara internal dan eksternal. Internal yaitu para artis yang dipegang. Sementara eksternal yaitu pihak – pihak yang bekerjasama dengan para artisnya.

#### **a. Internal**

Pencarian fakta yang dilakukan Dianita Tiasuti saat menjalankan perannya sebagai manajer artis ialah memahami karakter dari para artisnya. Setiap orang memiliki karakter dan sifat yang berbeda. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai factor, mulai dari factor keluarga, pertemanan, hingga lingkungan sekitar. Seiring dengan bertumbuh kembangnya manusia, karakter yang dimiliki saat masa anak – anak dengan saat dewasa dapat berubah. Karena pengalaman yang dilalui oleh mereka, membuatnya belajar dan berubah menjadi manusia lebih baik.

#### **b. Eksternal**

##### **1. Klien**

Saat menjalin kerjasama dengan pihak klien, ditemukan beberapa fakta yang berkaitan dengan perannya sebagai manajer artis. Setiap orang yang bekerjasama dengan Dianita memiliki karakter dan sifat yang berbeda. Sebagai manajer artis yang memiliki lebih dari satu artis mengharuskan Dianita untuk berkomunikasi dengan banyak orang, terutama para klien yang sedang dan akan menjalin kerjasama. Terkadang masalah yang timbul tidak hanya diawal saat memulai kerjasama. Namun, saat di tengah kerjasama pun terkadang timbul masalah yang baru ditemukan.

##### **2. Media**

Dunia hiburan pastinya tidak lepas dari yang namanya pemberitaan media. Baik itu media elektronik, cetak, massa, maupun media sosial. Terkadang muncul berita negatif yang tidak sesuai dengan fakta serta dilebih – lebihkan. Hal seperti ini dari awal sudah disadari oleh Dianita bahwa selama ia bekerja di dunia hiburan pasti akan menemukan masalah seperti yang berkaitan dengan media dan ia memahami hal tersebut.

##### **3. Kantor Pajak**

Pembayaran pajak merupakan kewajiban setiap warga negara. Begitu pula dengan para artis dan manajernya. Membayar pajak tidak melihat apa profesi orang tersebut, maka wajib bagi warga negara yang telah memiliki penghasilan untuk membayar pajak. Namun bagi seorang Dianita Tiasuti dimana ia menjadi personal manajer artis yang berdiri sendiri tanpa adanya organisasi yang dinamakan Manajemen Artis, yang mana

jika berbentuk organisasi resmi maka akan ada badan hukum yang melindunginya, membuat dia sedikit kewalahan dalam membayarkan pajak pribadi serta para artisnya. Karena salah satu tugas manajer artis yaitu paham mengenai cara mengelola keuangan, maka Dianita pun juga ikut andil dalam pembayaran pajak para artisnya.

#### **4. *Freelance* Fotografer & Videografer**

Profesi fotografi dan videografi sangat diperlukan dalam dunia hiburan. Sebagaimana para artis yang sering melakukan pemotretan dan syuting majalah, produk, iklan, dan sebagainya sehingga dibutuhkan orang – orang yang ahli dalam bidang tersebut. Para artis membutuhkan jasa mereka untuk membantu dalam pembuatan konten di media sosial. Dari foto yang akan diunggah hingga konten video promosi yang telah diedit semenarik mungkin. Konten – konten tersebut juga dalam rangka memenuhi kerjasama yang dilakukan dengan para klien.

## **2. *PLANNING AND PROGRAMMING***

Dalam hal ini Dianita Tiastuti memiliki strategi tersendiri dalam berkomunikasi dengan para artisnya maupun *stakeholder* eksternal. Perencanaan yang dibuat oleh Dianita selaku manajer artis terlihat sederhana namun penerapannya tidak semudah yang terlihat. Ia memiliki strategi untuk harus bisa berkomunikasi kepada semua orang baik internal maupun eksternal.

### **a. Internal**

Dalam membangun komunikasi dengan para artisnya, Dianita Tiastuti memiliki cara tersendiri. Tidak semua artis yang ingin bekerjasama dengannya dapat langsung diterima. Untuk menentukan apakah artis tersebut dapat bekerjasama dengan Dianita, ia harus menjalin pendekatan selama tiga hingga enam bulan. Alasan Dianita memilih cara tersebut ialah karena menurut Dianita yang namanya hubungan artis dengan manajernya jika tidak memiliki visi dan misi yang sama, maka tidak akan tercipta kenyamanan diantara mereka. Dianita mengakui juga bahwa dirinya memang sedikit pemilih jika menyangkut pekerjaan. Bukan berarti dirinya merasa baik maka hanya memilih orang yang baik saja, bukan itu poinnya. Ia mencari orang yang sefrekuensi, sepemikiran dengannya. Dari pendekatan tiga bulan itu jika Dianita merasa nyaman dengan artis tersebut maka ia akan memutuskan untuk bekerja untuknya. Meskipun ia mengetahui

sikap dari sang artis saat tidak dalam kondisi baik, namun Dianita sudah faham akan hal itu dan tahu apa yang harus dilakukan dalam menghadapinya.

Selain mendapat artis – artis yang telah memiliki citra baik dihadapan publik, artis – artis yang berada di bawah naungan Dianita Tiasuti juga senang mempelajari hal baru. Kualitas seorang artis tidak ditentukan dari berapa lama ia berkarir di dunia hiburan. Namun, berapa banyak pengalaman yang telah ia dapatkan sehingga dari situ ia akan mendapatkan pelajaran dan bisa berkembang menjadi lebih baik lagi. Tidak hanya melalui proyek – proyek baru, Dianita selaku manajer juga selalu bertanya kepada mereka apakah ada hal baru yang ingin mereka pelajari. Atau mungkin bagi artis sinetron yang sudah lama tidak muncul di televisi, mereka ingin mengasah kemampuan acting mereka lagi. Dianita juga sering memberi saran kepada para artisnya untuk bergabung dengan komunitas atau organisasi yang mereka tertarik akan bidangnya. Salah satu cara Dianita Tiasuti untuk tetap berkembang dan mengolah kemampuan dirinya adalah kemauan untuk mempelajari hal baru. Beruntungnya ia mendapat artis – artis yang juga ingin selalu berproses dan belajar selama berkarir di dunia hiburan. Sehingga kemampuan atau bakat yang dimiliki para artisnya tidak monoton dan dapat menjadi orang yang multitalent.

## **b. Eksternal**

### **1. Klien**

Dalam dunia hiburan banyak sekali profesi klien yang ditemui dan menjalin kerjasama. Jika pemain sinetron atau film maka akan sering bertemu dengan sutradara, produser, atau penulis naskah. Jika musisi maka sering bertemu dengan produser music, penulis lirik lagu, penjual alat music, atau *event organizer* yang mengadakan acara music. Begitu pula dengan para artis yang ada dibawah naungan Dianita Tiasuti. Dikarenakan para artisnya memiliki bidang ahli yang berbeda, maka klien yang ditemui oleh Dianita juga beragam jenis profesinya. Maka dari itu untuk dapat berkomunikasi dengan baik, Dianita memiliki cara tersendiri untuk dapat memenangkan hati para kliennya. Dikarenakan banyaknya karakter yang ditemui oleh Dianita dalam membangun komunikasi, akhirnya Dianita memutuskan untuk membuat *template* yang digunakan dalam menjalin komunikasi dengan mereka. Menurutnya bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan berhasil tidaknya hubungan itu terbangun. Terkadang sudah berusaha semampunya untuk bersikap baik, namun *feedback* yang didapat tidak sesuai harapan.

## **2. Media**

Untuk menangani pihak media Dianita Tiasuti tidak memiliki rencana yang spesifik. Ia memutuskan untuk berteman dengan pihak media. Karena dulunya ia sempat berkarir menjadi *PR* film yang sering mempromosikan melalui media, maka tidak heran jika ia memiliki banyak kenalan teman – teman media. Namun jika ada berita negatif yang menyangkut para artisnya, Dianita akan langsung menghubungi pihak media tersebut untuk mengkomunikasikan masalah tersebut.

## **3. Kantor Pajak**

Karena Dianita merupakan personal manajer artis, dimana ia bekerja seorang diri tanpa adanya organisasi badan hukum, maka masalah pembayaran pajak juga harus dilakukan sendiri. Maka untuk membantunya dalam melakukan pembayaran tersebut, ia membangun hubungan dengan jasa konsultan pajak yang akan menangani semua masalah pembayaran pajak para artisnya.

## **4. Freelance Fotografer & Videografer**

Untuk membantunya dalam pembuatan konsep dari konten yang akan dipublikasikan para artisnya di media sosial, Dianita memutuskan untuk menjalin kerjasama dengan 3 tim fotografi dan videografi.

## **3. ACTION AND COMMUNICATION**

Aksi ini dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang ditemukan saat pencarian fakta. Dalam hal ini Dianita Tiasuti berkomunikasi secara langsung dengan *stakeholder* eksternal untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Tidak hanya dengan *stakeholder* eksternal tetapi dengan para artisnya juga.

### **a. Internal**

Dalam membangun hubungan dengan para artisnya, Dianita memakai cara pendekatan di 3 bulan awal. Setelah itu baru akan memutuskan akan lanjut bekerjasama atau tidak. Karena dengan cara tersebut Dianita dapat mempertahankan kinerjanya dalam dunia hiburan. Banyak juga dari artis – artis yang telah melakukan pendekatan awal dengan Dianita namun ternyata tidak cocok. Cara paling efektif bagi Dianita dalam menentukan artis mana yang akan diajak kerjasama ialah dengan pendekatan 3 bulan pertama. Jika dalam 3 bulan itu Dianita merasa tidak nyaman, maka ia akan menolak dengan halus bahwa mereka belum bisa bekerja bersama. Sebagai manajer artis

komunikasi secara intens dalam 24 jam merupakan strategi dalam mempertahankan *chemistry* yang mereka bangun. Menurutnya fondasi dari hubungan manajer dan artisnya ialah satu pemikiran.

Dengan terbangunnya fondasi yang kuat di awal, maka akan tercipta hubungan yang baik antara manajer dan artisnya. Namanya manusia tidak ada yang sempurna. Sebaik dan sesempurna apapun pasti memiliki sisi negatif yang akan keluar jika suasana hatinya sedang buruk. Namun, disini dijelaskan bahwa Dianita mencari orang yang satu pemikiran dan memiliki visi misi yang sama. Terlepas selama 3 bulan itu ia mengetahui sisi negatif dari artisnya namun jika mereka sudah satu jalan maka Dianita akan bersedia bekerjasama dengan segala resiko yang akan dihadapinya nanti. Karena ia telah mengetahui apa yang harus dilakukan ketika hal negatif dari artisnya terlihat. Ia akan mengerahkan seluruh kemampuannya untuk artis tersebut.

Dianita akan bekerja maksimal terhadap keberlangsungan karir para artisnya jika memiliki visi dan misi yang sama. Ia rela bekerja maksimal karena merasa nyaman bekerja dengan artis tersebut. Tidak ada yang harus dikhawatirkan dan para artis tersebut sudah percaya dengan Dianita selaku manajer mereka.

Terkadang ada juga artis yang bisa dibilang ingin mengumpulkan penghasilan yang banyak dan berujung pada dia akan mengambil semua proyek yang ditawarkan. Namun tidak dengan Dianita.

Tidak semua proyek yang ditawarkan klien akan diambil oleh Dianita Tiasuti selaku manajer artis. Sebelum menyetujui kontrak dengan klien, Dianita pasti akan mempelajari dahulu jenis dari proyek yang akan dilakukan lalu akan menyesuaikan dengan citra dari artisnya. Jika menurut Dianita proyek yang ditawarkan tidak sesuai dengan citra yang dimiliki sang artis, maka ia tidak akan menjalin kerjasama dengan klien. Namun terkadang artis tidak memikirkan citra yang dimilikinya. Yang difikirkan hanya bagaimana menghasilkan uang yang banyak dengan mengambil semua proyek. Jadi setelah 3 bulan pendekatan jika Dianita menemukan hal seperti itu, maka ia dengan tegas menolak untuk melanjutkan kerjasama dalam jangka waktu panjang.

Dalam hal pemberitaan di media juga Dianita selaku manajer sudah mengkomunikasikan semuanya dengan para artis.

Dianita telah memiliki perjanjian dengan para artisnya terkait pemberitaan di media. Apapun itu para artisnya harus bilang dan cerita terlebih dahulu kepada Dianita selaku



manajer mereka. Dianita harus mengetahui terlebih dahulu cerita dari sisi mereka. Agar jika muncul pemberitaan yang negatif, ia dapat langsung mengkonfirmasi informasi tersebut dan menjelaskan hal yang sebenarnya terjadi. Sebagai manajer artis Dianita merupakan orang yang paling mengetahui dan memahami para artisnya sehingga ia menjadi garda terdepan dalam membela dan menjaga nama baik mereka.

Meskipun artis yang ditangani oleh Dianita Tiastruti lebih dari satu dan tidak selalu bisa mendampingi di setiap kegiatan yang mereka lakukan, melalui media sosial setiap artisnya ia selalu menyempatkan diri untuk memantau aktivitas mereka.

Perannya sebagai manajer artis sangat penting. Ketika ada suatu hal yang menurutnya tidak perlu dipublikasikan ke masyarakat luas, Dianita akan selalu mengingatkan para artisnya. Ini diperlukan guna tetap menjaga citra baik para artisnya. Seperti yang dikatakan oleh Dianita, ketika ia sudah klik dengan artis maka seluruh tenaga dan pikiran akan dikerahkan secara maksimal untuk membantu sang artis mendapatkan proyek – proyek baru. Segala sesuatunya saat pendekatan 3 bulan tersebut sebelum Dianita benar – benar akan bekerjasama dalam jangka waktu panjang, semuanya akan dikomunikasikan dengan artis. Sebagai artis pun jangan merasa semua yang dilakukan itu benar. Harus ada manajer yang selalu mengingatkan dan sebagai dua orang yang sedang bekerjasama ada baiknya jika memiliki hati yang lapang untuk siap dikoreksi jika melakukan sebuah kesalahan.

## **b. Eksternal**

### **1. Klien**

Seperti yang telah dijelaskan di atas bahwasannya setiap klien yang memiliki karakter yang berbeda – beda. Dalam masalah komunikasi via pesan, Dianita memiliki cara tersendiri. Namun adakalanya ketika berhadapan langsung situasinya tidak seperti yang diharapkan. Ada saat dimana klien yang butuh artis ada juga saat dimana manajer yang butuh klien untuk memberi proyek kepada artis mereka. Semua itu tergantung kelas yang dimiliki para artis.

Kualitas dari artis juga menentukan sikap dari para klien. Ketika artis tersebut telah memiliki nama mereka akan melakukan apapun demi bisa bekerjasama dengannya. Namun Ketika artis tersebut masih terbilang merintis karir, maka ia membutuhkan klien untuk dapat memberikan proyek kepada mereka. Akhirnya para klien akan memanfaatkan situasi tersebut dengan memberikan berbagai persyaratan yang terkadang membuat para

artis tidak nyaman. Namun tidak ada pilihan selain menyetujui hal tersebut karena mereka sangat butuh dengan proyek itu.

Selain penyetujuan kontrak kerja yang terjadi di dalam ruangan, para artis juga tidak jarang pergi ke luar kota bahkan luar negeri untuk bekerja. Sebelum itu pihak klien akan memberitahu akomodasi yang akan diberikan.

Tidak semua artis yang dipegang oleh Dianita Tiaستی dapat diberi akomodasi yang sama. Kembali lagi semuanya disesuaikan dengan kelas yang mereka miliki. Sebagai manajer Dianita akan bernegosiasi agar klien dapat menyetujui permintaan mengenai ketentuan artisnya. Jika klien yang dihadapi memiliki karakter yang kuat, maka komunikasi akan berjalan sedikit sulit. Namun semua itu dikomunikasikan kembali, dicari jalan tengahnya, dan pasti ada solusinya.

Jika persyaratan yang diberikan oleh klien tidak dapat diubah, maka Dianita akan menenangkan para artisnya untuk menerima keadaan dengan lapang dada.

Tidak semua hal yang membuat para artis kurang nyaman bisa dikomplain. Semua itu dikarenakan karakter dari klien yang berbeda, maka akan ada klien yang menerima negosiasi dan ada juga klien yang keras kepala dengan sikap dan pendiriannya. Namun ada juga hal – hal yang memang sudah peraturannya tetap dan tidak bisa diganggu gugat. Contohnya menunggu untuk mendapat giliran syuting. Para artis tidak bisa komplain jika membutuhkan waktu yang lama untuk pengambilan gambar. Karena mereka dibayar dengan menghitung berapa jam ada di lokasi syuting tersebut. Setiap pekerjaan memiliki resiko dan itu merupakan resiko yang harus mereka tanggung sebagai publik figur. Untuk penyetujuan kontrak kerja juga ada baiknya jika mempertanyakan semua hal yang belum jelas di awal sebelum dimulainya proyek itu. Karena jika sudah pertengahan kerjasama lalu baru mempertanyakan syarat – syarat yang telah diajukan, maka akan menimbulkan sedikit konflik yang dapat menyebabkan ketidak nyamanan saat bekerja.

## **2. Media**

Komunikasi yang terjalin antara media dengan Dianita Tiaستی bisa dibilang lancar. Karena Dianita memutuskan untuk berteman dengan semua orang media yang ia ketahui. Hubungan yang terjalin antara media dengan Dianita sangat baik. Meskipun berteman namun ia dapat mengkomunikasikan semua hal yang menyangkut pekerjaan dengan baik tanpa harus merusak pertemanan tersebut. Caranya adalah dengan bernegosiasi. Jika Dianita ingin berita negatifnya dihilangkan maka sebagai gantinya ia harus memberi

sesuatu kepada media untuk menggantikannya. Dengan menawarkan informasi paling terbaru dari artisnya. Karena pihak media juga membutuhkan informasi terbaru tersebut untuk menaikkan rating dari penonton yang pada akhirnya berpengaruh pada nama perusahaan tersebut.

Dalam menghadapi media, jika suatu ketika muncul berita negatif yang muncul terkait artisnya, manajer harus mengetahui terlebih dahulu titik permasalahan melalui artis itu sendiri. Karena manajer akan menjadi orang pertama yang menjelaskan kepada media tentang kebenaran dari berita tersebut.

Ketika ada pemberitaan negatif dari media, maka semua klien yang sedang bekerjasama dengan artis terkait akan menanyakan kebenaran berita tersebut kepada manajer artis. Jika artis tidak terbuka, tidak pernah menceritakan tentang dirinya, manajer tidak akan bisa berkomunikasi dengan klien dan media terkait berita negatif yang muncul. Seperti halnya Dianita Tiasuti yang menangani salah satu artis Indonesia yang bernama Dinda Hauw, saat itu ia tengah ramai dibicarakan perihal pernikahannya yang terjadi melalui ta'aruf. Akhirnya banyak orang yang menginginkan bertemu jodoh lewat ta'aruf. Suatu hari Dinda Hauw mengunggah dalam akun media sosialnya bahwa suaminya sedang memasak mie instan untuknya. Disitulah media melihat hal itu sebagai suatu kesempatan untuk membuat berita dengan judul "Dinda Hauw Tidak Bisa Masak Indomie". Saking ramainya pemberitaan itu, para *brand* yang sedang bekerjasama dengan Dinda Hauw merasa khawatir dengan citra yang dimiliki olehnya. Dianita selaku manajer langsung bertindak dengan menjelaskan cerita yang sebenarnya mengapa hal tersebut dapat dialami oleh Dinda Hauw dan para klien merasa lega karena berita tersebut tidak valid kebenarannya.

### **3. Kantor Pajak**

Untuk urusan pembayaran pajak, seperti yang sudah dijelaskan di *point* sebelumnya bahwa Dianita Tiasuti memakai jasa konsultan pajak dalam mengurus ini. Ia membangun hubungan dengan sebuah jasa konsultan pajak yang ia rasa dapat dipercayai untuk bertanggung jawab dengan pembayaran pajak dirinya dan juga para artisnya.

### **4. Freelance Fotografer & Videografer**

Pembuatan suatu konten diawali dengan terbentuknya konsep yang akan dipakai. Untuk pembuatan konten para artisnya, Dianita membuat konsepnya sendiri, lalu nanti akan didiskusikan bersama tim fotografi dan videografi yang telah bekerjasama

dengannya. Dalam diskusi tersebut akan ada pendapat, saran, dan kritik yang ditujukan terhadap konsep yang sudah dibuat. Nantinya jika sudah mencapai kesepakatan bersama, tim fotografi atau videografi akan langsung menjalankan tanggung jawab mereka dalam pengambilan gambar tersebut.

#### 4. *EVALUATION*

Dalam hal ini Dianita Tiastuti mengadakan evaluasi rutin dengan para artisnya secara pribadi untuk membahas proyek – proyek yang sudah dilakukan serta target ke depan yang akan dicapai.

##### **a. Internal**

Untuk para artisnya Dianita Tiastuti akan mengadakan evaluasi sekali dalam setahun. Dalam evaluasi tersebut Dianita akan bertemu dengan para artisnya satu per satu secara pribadi. Evaluasi yang dilakukan oleh Dianita terbilang santai dan tidak formal. Dalam evaluasi tersebut ia akan bertanya apa saja yang harus diperbaiki setelah 1 tahun bekerja dan akan menanyakan target serta rencana 1 tahun kedepan. Menurut Dianita, sumber rezeki dari para artisnya tidak hanya terpusat pada satu bidang. Misalnya, jika sang artis di tahun selanjutnya ingin rehat dari rutinitas syuting sinetron, maka sumber rezeki lainnya bisa datang dari media lainnya seperti media sosial, digital, dan media lainnya. Intinya ialah semua keinginan dari para artis harus dikomunikasikan dengan manajer. Supaya hubungan yang terbangun antara artis dan manajernya selalu satu jalan dan harmonis serta dapat mendatangkan rezeki dari segala arah.

##### **b. Eksternal**

Dikarenakan klien yang menjalin kerjasama dengan Dianita Tiastuti selalu berubah – ubah, maka evaluasi yang dilakukan berguna untuk pembelajaran bagi Dianita dan para artisnya. Misalnya mereka bertemu dengan klien yang tidak memiliki komitmen dengan kontrak kerja, maka dikesempatan lain mereka akan lebih berhati – hati dan tegas untuk menghadapi klien yang seperti itu. Kecuali klien yang bersangkutan menyadari kesalahan dan mau memperbaiki kinerja mereka saat menjalin kerjasama, maka kesempatan itu akan diberikan kembali.

**Peran Dianita Tiastuti sebagai *Public Relations* Manajer Artis dalam Menjalinkan Hubungan dengan *Stakeholder* Eksternal**

Peran manajer artis di dunia hiburan sangat penting. Seorang artis atau selebriti tidak akan mampu berkarir tanpa adanya manajer. Layaknya garda terdepan perjuangan apapun yang sedang dialami dengan para artisnya manajer merupakan orang pertama yang harus tahu. Agar seorang artis dapat terus berkarir di dunia hiburan maka salah satu tugas manajer ialah mencarikan mereka pekerjaan yang sesuai dengan kemampuannya. Maka dari itu manajer harus mampu membangun hubungan dengan klien yang akan diajak bekerja sama melalui komunikasi yang efektif. Seorang manajer harus mengetahui cara untuk berkomunikasi dengan klien agar mereka sepakat bekerjasama dan para artis mendapat pekerjaan. Dalam perannya menjadi seorang manajer artis, *stakeholder* eksternal yang menjalin kerjasama dengannya ialah :

### **1. Klien**

Menjalin sebuah kerjasama dengan klien juga tidak mudah. Terkadang pihak klien memberikan persyaratan yang membuat para artis merasa tidak nyaman untuk bekerja. Tidak sedikit klien yang mengajukan persyaratan yang membuat para artis tidak nyaman. Namun semua itu dapat dikomunikasikan antara dua pihak yang akan bekerjasama. Saat melakukan pertemuan untuk membahas kontrak kerja, segala sesuatu yang tertera di dalam kontrak harus ditanyakan dan diperjelas jika belum mengerti isinya. Agar saat mulai menjalani proyek tidak ada kesalah pahaman yang dapat menyebabkan kerugian ke dua belah pihak. Segala sesuatunya dapat dicari jalan tengahnya dengan cara berkomunikasi.

Kontrak kerja sangat penting dalam hubungan kerja sama. Kontrak kerja dibutuhkan agar kedua belah pihak yang bekerja sama memiliki rasa tanggung jawab untuk menyelesaikan masing – masing pekerjaan sesuai dengan tujuan yang disepakati. Di dalam kontrak kerja biasanya terdapat persyaratan dan ketentuan yang harus dipatuhi oleh pihak yang bekerjasama. Sebelum para artis melakukan sebuah proyek, mereka menandatangani sebuah kontrak kerja yang diajukan oleh klien. Namun tak jarang pihak klien membatalkan kontrak kerja secara sepihak sebelum proyek itu berlangsung.

Alasan dibatalkannya kontrak juga hanya dari klien yang mengetahui. Namun terkadang dari manajer juga pernah membatalkan kontrak jika proyek yang dikerjakan tidak sesuai dengan arahan yang dilakukan diawal sebelum dimulainya proyek tersebut. Beruntungnya Dianita selaku manajer dan para artisnya tidak terlalu mempermasalahkan hal tersebut. Mereka beranggapan bahwa itu mungkin bukan rezeki mereka saja. Jika dari

pihak manajer yang membatalkan kontrak, biasanya Dianita memberikan solusi lain dengan menawarkan klien artis lain yang dapat menggantikan mereka mengerjakan proyek tersebut.

## **2. Media**

Media tidak akan bisa dipisahkan dari dunia hiburan. Apapun yang bersangkutan dengan artis atau selebriti jika dianggap menarik oleh pihak media, maka hal tersebut akan disajikan ke publik. Baik itu media elektronik, media cetak, ataupun media massa, semuanya berlomba – lomba ingin menyajikan kabar terkini mengenai artis atau selebriti tanah air. Tidak jarang berita yang disajikan merupakan berita yang tidak menguntungkan bagi karir artisnya. Sebagai manajer artis yang punya banyak relasi tidak terkecuali media massa, Dianita mengaku memiliki hubungan yang baik dengan mereka.

Dengan latar belakang yang dimiliki Dianita sebelum menjadi manajer artis ialah menjadi *public relations (pr)* film, maka tidak heran jika kenalan media massanya sangat banyak. Hal tersebut menjadi salah satu keunggulan Dianita untuk bisa mengkomunikasikan hal – hal yang merugikan para artisnya. Misal, jika ada berita negatif dengan artisnya, maka ia dapat langsung menghubungi pihak media yang mengeluarkan berita tersebut, lalu meminta mereka untuk menghapus berita tersebut dengan menawarkan informasi terkini mengenai artisnya. Ini merupakan salah satu tugas manajer artis yaitu mampu bernegosiasi dengan pihak eksternal dalam menjalankan fungsinya. Dengan begitu berita negatif yang muncul akan dihilangkan dan diganti menjadi berita positif terbaru yang dapat menjaga citra artisnya di hadapan publik. Dianita juga tidak asal komplain dan menghapus berita negatif tersebut. Sebelum menghubungi pihak media, Dianita selalu berkomunikasi terlebih dahulu dengan artisnya tentang kebenaran berita tersebut. Jika apa yang dikatakan artis tidak sesuai dengan berita yang muncul, maka Dianita akan melakukan negosiasi dengan media. Komunikasi yang dilakukan oleh Dianita dengan para artisnya sangat terbuka. Apapun yang sedang dilakukan oleh para artisnya, Dianita telah mengetahui semua. Maka jika ada berita yang tidak sesuai dengan fakta yang didengarnya dari para artisnya langsung, ia akan melakukan negosiasi dengan pihak media.

## **3. Kantor Pajak**

Sebagai personal manajer artis yang bekerja seorang diri, Dianita Tiastuti juga bertanggung jawab dalam hal pembayaran pajak para artisnya. Untuk memudahkan

pekerjaannya tersebut, ia menjalin Kerjasama dengan jasa konsultan pajak terpercaya. Mereka akan membantu Dianita dalam mengurus pembayaran pajak.

#### **4. *Freelance* Fotografi dan Videografi**

Diluar dari syuting sinetron, film, atau pengambilan gambar guna kebutuhan iklan produk dari *brand* besar, adakalanya para artis mendapat tawaran iklan dari *brand – brand* local yang mana cara mempromosikannya melalui media sosial para artis. Untuk menangani hal ini para artis bekerjasama dengan manajer untuk menciptakan suatu iklan produk untuk diunggah di media sosial. Dianita memutuskan untuk meminta bantuan kepada orang – orang yang bekerja sebagai *freelance* dalam bidang fotografi dan videografi untuk membantunya dalam hal pengambilan gambar tersebut. biasanya sebelum melakukan pengambilan gambar, mereka akan berdiskusi tentang bagaimana konsep dari video atau foto tersebut.

#### **Hambatan Manajer Artis dalam Menjalin Hubungan dengan *Stakeholder* Eksternal**

Kesulitan terbesar saat bekerja sama dengan klien ialah berkomunikasi dengan orang. Setiap orang memiliki karakter yang berbeda. Mulai dari yang memiliki jabatan hingga orang biasa. Terkadang ada orang yang merasa dirinya memiliki jabatan tinggi akhirnya ingin selalu dihargai dan dihormati. Ada juga yang memiliki jabatan tetapi tetap fleksibel saat berkomunikasi. Setiap harinya Dianita tidak hanya berkomunikasi dengan satu atau dua orang saja, tetapi ratusan. Baik yang melalui tatap muka ataupun via media sosial. Akhirnya dengan melihat banyaknya perbedaan karakter, Dianita berinisiatif untuk membuat *template* berkomunikasi dengan orang. Ia menyesuaikan panggilan apa yang cocok saat berkomunikasi dengan banyak orang, seperti sutradara, produser, media, hingga orang biasa. Ia juga belajar bagaimana bersikap dihadapan banyak orang. Apalagi ketika ia sudah berhubungan baik dan timbul masalah yang menyangkut pekerjaan artisnya. Ia harus tetap bersikap professional namun juga tetap menjaga hubungan baik tersebut. Sikap seperti itu tidak bisa didapatkan hanya dengan hitungan bulan. Butuh bertahun – tahun untuk mempelajari bagaimana harus bersikap jika menghadapi hambatan seperti itu.

Sering kali klien melakukan hal – hal yang membuat manajer artis tidak nyaman. Mulai dari minta tambahan biaya, sering meminta perbaikan atas pekerjaan yang telah dilakukan, dan juga tidak berkomitmen dengan kontrak yang telah disepakati. Hal seperti ini seharusnya tidak terjadi jika yang menjalaninya adalah seorang professional. Memang

setiap orang memiliki karakter berbeda namun jika menyangkut pekerjaan setidaknya harus menjaga kode etik yang berlaku. Yang namanya artis tidak hanya bekerjasama dengan satu klien. Banyak kontrak kerja yang harus dilaksanakan dengan klien lainnya. Jika dengan satu klien pekerjaannya tidak selesai, maka akan menghambat jadwal kerja lainnya. Ini akan berdampak pada manajer yang harus mengatur ulang jadwalnya. Namun, kembali lagi resiko bekerja dan berhubungan dengan orang harus pandai dalam bersikap. Pada akhirnya memang semua harus selalu dikomunikasikan antara dua pihak yang sedang menjalin kerjasama. Hal ini dimaksudkan untuk mengurangi terjadinya kesalah pahaman.

### **Simpulan**

Secara teori menurut Rhenald Kasali, *stakeholder* eksternal terbagi menjadi 8 kelompok, yaitu konsumen, pemerintah, distributor, pers, komunitas, supplier, bank, dan pesaing. Namun dalam perannya bekerja sebagai personal manajer artis, Dianita Tiastuti tidak selalu membutuhkan kerjasama dengan 8 golongan tersebut. Sebagai manajer artis yang bekerja seorang diri, *stakeholder* eksternal yang sering bekerjasama dengannya ialah klien yang berada dalam dunia hiburan seperti sutradara, produser, *stylish*, media, serta orang – orang yang bekerja sebagai *freelance* dibidang fotografi dan videografi.

Pekerjaannya sebagai personal manajer artis mengharuskan Dianita untuk handal berkomunikasi dengan semua orang yang ia temui. Segala sesuatunya jika dirasa belum jelas dan pasti harus dikomunikasikan. Hambatan yang sering dirasakan olehnya mayoritas datang dari klien yang bekerjasama. Sering ditemui klien yang tidak dapat berkomitmen dengan kontrak kerja yang telah disepakati. Namun untuk mengatasi hambatan itu, kembali kepada komunikasi. Yang paling utama untuk menjaga semua berjalan dengan baik adalah komunikasi yang efektif, tidak mengada – ada, serta tidak berlebihan atau mengurangi informasi. Serta dapat menjadi pendengar yang baik bagi semua kalangan dan dapat menjadi partner bagi klien.



## Daftar Pustaka

### Artikel Jurnal di website

- Amanda. (2020). Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Journal of Advertising*, 1(1)
- Anisa, C. A. (2021). Tingkat Manajemen Dan Manajer Beserta Fungsi-Fungsi Manajemen. *Leadership: Jurnal Mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2)
- Apriyani, E., Amrullah, M. N. U. R., & Hatta, H. (2020). Komunikasi Two-Way Symmetric Dalam Menjalin Hubungan Public Relations Dengan Media ( Studi Pada Humas Pemerintah Kabupaten Gowa ). *Jurnal Washiah*, 1(3)
- Ardianto, E. (2004). Teori dan Metodologi Penelitian “Public Relations.” *Mediator: Jurnal Komunikasi*, Vol. 5(No. 2).
- Clarissa, A., Chryztantya, M., & Gultom, V. V. (2019). Analisa Pelaksanaan Kegiatan Customer Gathering Pt. Foody Direktori Indonesia. *JIKE : Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 3(1)
- Girsang, C. N., & Kartikawangi, D. (2021). Two-Way Symmetrical Communication Pattern: Company Strategy to Build Engagement Through Social Media. *Jurnal Komunikasi*, 13(2)
- Hadi, A. (2018). Perkembangan dan Konsep Dasar Manajemen Humas dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis. *At- Ta'lim : Jurnal Pendidikan*, 4(2)
- Hanif, M. K., & Azzuhri, M. (2018). Peran Antarpribadi, Pengelola Informasi, Dan Pengambilan Keputusan Dari Manajer Dalam Mendorong Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Kasus PSDM PT Pupuk Kalimantan Timur). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*
- Hasna, S. (2022). Selebriti dan Fandom di Era Media Sosial: Fenomena Selebgram. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 3(1), 1.
- Hidayat, R. J. (2021). Proses Komunikasi Untuk Mengembangkan Talenta Seorang Artis di Yadi Management Artis Bandung [Universitas Komputer Indonesia]. In *Proses Komunikasi Untuk Mengembangkan Talenta Seorang Artis di Yadi Management Artis Bandung*.
- Mubarok, D. A. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Mahasiswa Kelas Reguler Sore STIE INABA Bandung). *Jurnal Indonesia Membangun*, 3(1).
- Nazarullah. (2021). Peran Humas UIN Ar-Raniry dalam Membangun Relasi dengan Media Pers. *Tadabbur: Jurnal Peradaban Islam*, 3(2), 411–422.
- Panjaitan, R. R. S. (2010). Peran Manajer Dalam Solidaritas Kelompok Band “HARMONI” (Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Band “HARMONI”) [Universitas Atmajaya Yogyakarta]. In *Peran Manajer Dalam Solidaritas Kelompok Band “HARMONI” (Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Band “HARMONI”)*.

Permatasari, Asteria Intan & Sulistyningtyas, I. D. (2013). Model Public Relations Pada Aktivitas Media Relations (Studi Kasus pada Aktivitas Media Relations di Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa). *Model Public Relations Pada Aktivitas Media Relations (Studi Kasus Pada Aktivitas Media Relations Di Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa)*.

Rafika, R. (2018). Manajemen Komunikasi Manajer Artis Pop Sunda Studi Dramaturgi Komunikasi Manajer Rika Rafika [Universitas Pasundan Bandung]. In *Manajemen Komunikasi Manajer Artis Pop Sunda Studi Dramaturgi Komunikasi Manajer Rika Rafika*.

Ridha Utami Putri, Yusuf Zainal Abidin, H. (2018). Manajemen Humas dalam Program Pemberian Penghargaan bagi Karyawan. *Humas: Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(April).

Satlita, L. (2007). Manajemen Kehumasan Di Perguruan Tinggi. *Manajemen Kehumasan Di Perguruan Tinggi*, VII.

Website:

Agustine, Firda P. (2013). *Lika-liku Dunia Manajer Artis (4). Kerja Manajer Artis, Dari Atur Jadwal Sampai Bayar Tagihan Listrik*. Dari <https://hot.detik.com/art/d-2441185/kerja-manajer-artis-dari-atur-jadwal-sampai-bayar-tagihan-listrik>

Novendra, Rizky (2021). *Tugas & Tanggung Jawab Seorang Manajemen Artis*. Dari <https://vocasid.id/blog/tugas-tanggung-jawab-seorang-manajemen-artis/>

Ramadhini, Erinintyani Shabrina (2022). *8 Artis yang Punya Bisnis Manajemen Sendiri, Menambah Pundi Rupiah!*. Dari <https://id.theasianparent.com/artis-punya-manajemen-sendiri>

Shaid, Nur J. (2022). *Stakeholder Adalah: Definisi, Jenis, Peran, Fungsi, dan Contohnya*. Dari <https://money.kompas.com/read/2022/03/20/212756726/stakeholder-adalah-definisi-jenis-peran-fungsi-dan-contohnya?page=all>

Waluyo, Arie Puji (2022). *Dianita Tiaستی Dikenal Sebagai Manajer Para Artis Kondang, Benarkah Bekerja Tanpa Kontrak Kerja?*. Dari <https://wartakota.tribunnews.com/2022/03/16/dianita-tiaستی-dikenal-sebagai-manajer-para-artis-kondang-benarkah-bekerja-tanpa-kontrak-kerja>

Wardhani, Anita K. (2022). *Dianita Tiaستی Tak Menyangka Kariernya Dari PR Film Bisa Jadi Manajer 12 Artis*. Dari <https://www.tribunnews.com/seleb/2022/03/16/dianita-tiaستی-tak-menyangka-kariernya-dari-pr-film-bisa-jadi-manajer-12-artis>

*Seluk Beluk Manajer Artis, Ternyata Segini Gaji yang Diperoleh.* (2022). Diakses pada 22 Oktober 2022, dari <https://lifepal.co.id/media/meski-dekat-dan-digaji-tinggi-ini-suka-duka-bekerja-sebagai-manajer-artis/>

