

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sudah sewajarnya bagi manusia untuk bersosialisasi bersama yang lainnya. Karena manusia ialah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain. Tidak bisa manusia hidup seorang diri. Meskipun beberapa manusia memiliki sifat yang tertutup ataupun kurang suka bersosialisasi namun mereka tidak akan bisa mengerjakan semuanya sendiri. Contohnya jika akan membeli kebutuhan sehari – hari di warung atau supermarket, nantinya saat pembayaran akan terjadi interaksi dengan kasir. Apalagi di negara kita yang masih berkembang. Fasilitas pelayanan sendiri di supermarket masih jarang sekali ditemukan. Mungkin menurut sebagian orang bersosialisasi menjadi sesuatu yang kurang penting apalagi di era modern saat ini. Orang lebih suka menghabiskan waktunya untuk bermain telepon genggam di dalam rumah dan jarang sekali bertemu dengan orang sekitarnya. Padahal bersosialisasi merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup. Dengan bersosialisasi banyak informasi yang akan kita dapatkan, kemampuan berkomunikasi kita akan bertambah, menemukan karakter baru dari orang lain, mungkin saja dapat mengambil pelajaran dari informasi – informasi yang didapatkan, dan masih banyak manfaat lain yang bisa kita dapatkan.

Komunikasi menjadi kunci penting dalam bersosialisasi. Bisa dibilang komunikasi merupakan kunci utama dalam hidup. Setiap orang membutuhkan komunikasi untuk bisa bersosialisasi. Komunikasi merupakan proses bertukarnya pikiran, pendapat, ataupun informasi dari satu orang ke orang lainnya, dari satu orang ke kelompok, maupun dari kelompok ke kelompok lainnya. Komunikasi yang baik akan terjadi apabila ada timbal balik antar kedua belah pihak. Komunikasi organisasi merupakan salah satu dari berbagai macam komunikasi yang ada di dunia. Organisasi sendiri ialah tempat berkumpulnya orang yang memiliki satu tujuan sama. Biasanya di dalam organisasi terdapat seorang pemimpin yang bertanggung jawab akan organisasi tersebut.

Berbagai macam profesi pekerjaan yang ada di dunia. Mulai dari pekerjaan yang terlihat sepele hingga yang membutuhkan banyak tenaga untuk

menyelesaikannya. Dari yang bekerja mengikuti aturan hingga yang memiliki aturan sendiri tanpa terikat pada sebuah organisasi. Dalam sebuah organisasi terdapat beberapa divisi yang telah memiliki tugas dan tanggung jawab. Salah satu divisi yang penting dimiliki ialah hubungan masyarakat atau yang sering disebut dengan humas. Humas memiliki peranan penting dalam jalannya sebuah organisasi. Humas bertugas menyampaikan informasi dari organisasi kepada publik. Selain itu tugas humas ialah menjaga citra positif dari organisasi tersebut.

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.

Fungsi dari personal manajer artis berbeda dengan manajer grup *band*. Personal manajer melakukan tugas, fungsi, dan tanggung jawabnya seorang diri. Dengan menggunakan fungsi POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) personal manajer dapat mengatur segala kebutuhan yang diperlukan oleh artisnya. Sebenarnya POAC digunakan di dalam sebuah manajemen organisasi dan orang yang menjalankan peran itu disebut manajer. Namun disini yang akan diatur dan diolah kebutuhannya ialah seorang artis. Artis membutuhkan seseorang yang dapat membantu mereka untuk membantu perjalanan karir di dunia hiburan. Orang tersebut dinamakan manajer artis. Manajer artis ada yang bekerja di bawah naungan organisasi yaitu manajemen artis, ada pula yang bekerja seorang diri yaitu personal manajer artis. Bisa dikatakan bahwa manajemen humas menerapkan fungsi – fungsi dari manajemen. Sama halnya dengan personal manajer artis selain menerapkan fungsi POAC, mereka juga bertindak sebagai humas bagi para artisnya.

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.

Kita tidak bisa meremehkan pekerjaan seorang manajer artis. Seorang manajer harus mampu mengatur jadwal dari artis mereka agar tidak bertumpukan satu dengan yang lainnya, mampu bernegosiasi dengan pihak klien yang diajak kerjasama, mengatur keuangan yang masuk dari hasil pekerjaan, dan masih banyak lagi tugasnya. Tidak hanya itu seorang manajer juga harus mampu menyeimbangkan antara kehidupan pribadinya dan pekerjaan. Jangan sampai ketika akan melakukan kerjasama dengan pihak klien terjadi kesalahpahaman dikarenakan urusan pribadi yang tercampur dengan pekerjaan.

Pekerjaan manajer artis masih berkaitan dengan ilmu komunikasi. Karena salah satu tugasnya yakni menjadi humas bagi para artisnya baik untuk kepentingan kerjasama dengan pihak eksternal maupun untuk menciptakan citra baik kepada masyarakat. Tidak hanya itu saja, seorang manajer artis juga dapat mempromosikan para artisnya melalui kegiatan yang mereka lakukan di media sosialnya. Selain itu manajer artis dapat membantu memikirkan ide – ide kreatif untuk kepentingan pembuatan konten di sosial media para artisnya.

Secara umum tugas seorang manajer artis ialah untuk membantu para artisnya memiliki karir yang stabil dan mampu bertahan di dunia hiburan ini. Maka dari itu seorang manajer artis harus mampu bernegosiasi dengan pihak klien yang diajak kerjasama dan juga menjaga citra baik dihadapan publik. Selain itu manajer artis harus mampu mengatur jadwal dan keuangan dari para artisnya. Singkatnya cara kerja manajer dan artis dimulai dari mencarikan pekerjaan, lalu mengadakan pertemuan dengan klien, menyepakati kontrak kerja, dan memberi gaji mereka di akhir bulan. Untuk itu menjadi seorang manajer artis bukanlah suatu pekerjaan yang mudah.

Awal mulanya seorang manajer harus mengenal dengan baik para artisnya. Mulai dari minat dan bakat yang dimiliki lalu barulah merencanakan strategi apa yang harus dilakukan untuk mengarahkan bakat dari para artisnya. Untuk bisa melakukan tugas – tugas tersebut seorang manajer artis sebisa mungkin membangun *chemistry* dengan para artisnya, memiliki semangat serta disiplin yang besar, dan tidak lupa pengetahuan tentang mengatur keuangan untuk para artisnya.

Pemilihan manajer artis sebagai objek penelitian dikarenakan penulis ingin mencari tahu lebih dalam bagaimana peran dari personal manajer artis sebagai *public relations* dalam berkomunikasi sehingga dapat terjalin hubungan kerjasama dengan *stakeholder* eksternal. Karena tidak semua orang memiliki keterampilan untuk bernegosiasi dengan pihak yang akan diajak bekerjasama. Seorang manajer artis harus mampu meyakinkan *stakeholder* eksternal bahwa artis yang ada dibawah naungannya layak untuk diberi proyek. Dan disini penulis telah memilih salah satu manajer artis yaitu Dianita Tiaستی untuk diteliti. Alasannya ialah karena penulis ingin mengetahui lebih dalam bagaimana kinerja Dianita sebagai personal manajer artis dalam menjalin hubungan dengan klien yang akan diajak kerjasama, sehingga mereka yakin dalam memberi proyek – proyek kepada para artis yang berada di bawah naungannya.

Dianita Tiaستی 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. Diantaranya, menjadi bagian dari divisi asuransi pemasaran, menjadi bagian dari Departemen Aktuari, menjadi EO (*Event Organizer*), menangani media dalam *press conference*, menjadi juri dan demo masak di sebuah acara, sebagai *chef* yang tampil di iklan TV, serta menjadi salah satu anggota dari Yayasan Olahraga Anak Nusantara (YOAN).

Seorang Dianita Tiaستی mampu memegang para artisnya seorang diri, mengatur semua jadwal untuk mereka, dan berhasil mempertahankan citra positif setiap artisnya dihadapan publik. Mulai terjun menjadi manajer artis di tahun 2015. Alasan lainnya ialah karena Dianita Tiaستی 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 Tiaستی.

Saat itu artis pertama yang dipegang ialah Olivia Jensen dan Ibnu Jamil. Dianita Tiaستی tidak memiliki kontrak kerja bersama para artisnya. Beliau selalu

berkata jika para artisnya sudah tidak nyaman bekerja dengannya, dipersilahkan untuk mencari manajer lain. Namun sejauh ini sudah ada 12 artis yang ada dibawah naungan Dianita Tiasuti. Mereka adalah Olivia Jensen, Dinda Hauw, Dhini Aminarti, Dimas Seto, Tika Bravani, Dimas Aditya, Bisma Karisma, Tamara Tyasmara, Laura Basuki, Rian Ardianto, dan Muzakki Ramadhan.

Keputusan Dianita Tiasuti untuk menjadi seorang manajer artis patut diapresiasi. Sebab dengan tidak adanya pengetahuan dan pengalaman apapun yang dimiliki sebelumnya mengenai pekerjaan ini, hanya bermodalkan kepercayaan dari salah satu artisnya dan kemauan untuk mempelajari lebih dalam profesi ini merupakan suatu keputusan besar yang telah diambil. Dari seorang yang bekerja sebagai humas perfilman menjadi orang yang bekerja sendiri untuk para artisnya dan menangani semua urusan yang bersangkutan dengan mereka. Sebagai humas para artisnya, tidak mudah menjadi manajer artis. Karena tidak semua orang memiliki kemampuan untuk bernegosiasi. Dibutuhkan keterampilan komunikasi yang baik agar klien yang diajak bernegosiasi yakin dengan keputusan yang telah disetujui bersama.

Dalam menjalankan perannya sebagai manajer artis, Dianita berfokus pada permasalahan saat menghadapi *stakeholder* eksternal yang memiliki kepribadian yang berbeda. Untuk menghadapi berbagai macam karakter orang, Dianita menghadapinya dengan berkomunikasi langsung dengan mereka. Komunikasi yang dilakukan bersifat dua arah timbal balik yang akan menciptakan sebuah kesepakatan bersama tentang proyek yang akan dilakukan. Untuk menghadapi setiap orang yang ditemuinya Dianita memiliki cara berkomunikasi yang sudah ia terapkan selama menjadi manajer artis. Karena setiap individu yang ditemuinya memiliki karakter yang berbeda. Sebagai personal manajer artis yang juga bertugas sebagai humas dari para artisnya, Dianita harus pandai dalam berkomunikasi dan bernegosiasi agar klien yang ditemuinya merasa nyaman dan percaya sehingga dapat menjalin kerjasama.

Maka ini menjadi sesuatu yang menarik untuk diteliti karena ia dapat mempertahankan karirnya menjadi personal manajer artis yang masih dipercaya para artisnya di tengah ketatnya persaingan dunia hiburan. Menangani semua sendiri hanya dengan bermodalkan kepercayaan, kemauan untuk belajar dari nol,

serta mampu mempertahankan citra positif dari para artisnya. Jarang sekali para artis yang berada di bawah naungannya terseret oleh berita – berita yang kurang enak didengar. Justru para artisnya sering menorehkan banyak prestasi dikancah nasional dan internasional. Ini yang menjadikan suatu hal yang menarik untuk diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah peran Dianita Tiaستی sebagai *public relations* manajer artis dalam menjalin hubungan dengan *stakeholder* eksternal?
2. Apa saja hambatan yang dialami Dianita Tiaستی selaku manajer dalam menjalin kerjasama dengan pihak *stakeholder* eksternal?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui peran Dianita Tiaستی sebagai *public relations* manajer artis dalam menjalin hubungan dengan *stakeholder* eksternal.
2. Untuk mengetahui hambatan yang dialami Dianita Tiaستی selaku manajer dalam menjalin kerjasama dengan pihak *stakeholder* eksternal.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi gambaran bagaimana proses manajer artis dalam membangun komunikasi yang baik dengan *stakeholder* eksternal serta dapat memberitahu bahwasannya pekerjaan menjadi manajer artis tidak bisa dianggap sepele.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi wawasan, informasi yang bermanfaat, serta dapat membuka pemikiran seluas – luasnya mengenai cara membangun komunikasi organisasi yang baik bagi penulis serta masyarakat lainnya.