

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menjadi seseorang yang dikenal oleh masyarakat luas, baik karena profesi maupun kompetensinya. Secara umum *public figure* adalah orang yang dikenal oleh masyarakat atau khalayak luas. Valentino Simanjuntak adalah salah satu *public figure* di pertelevisian Indonesia. Berprofesi sebagai komentator di acara olahraga, Valentino Simanjuntak mulai viral karena gaya berkomentatornya yang nyentrik, berbeda, dan unik.

Berdasarkan wawancara langsung dengan informan kunci, Valentino Simanjuntak ingin menjadi komentator olahraga yang nyentrik, *out of the box*, dan berbeda, Valentino Simanjuntak memulai karirnya menjadi komentator olahraga saat ditawarkan untuk mengomentatori acara sepakbola piala AFF U-19 tahun 2013, saat itu ia di minta untuk membuat gaya berkomentator yang berbeda, karena pada saat itu yang bermain tim nasional sepakbola U-19 tidak banyak yang mengetahui, maka dari itu dia diminta untuk membuat perbedaan, pada saat itu akhirnya seorang Valentino Simanjuntak membangun *positioning* nya sebagai komentator olahraga yang nyentrik, *out of the box*, dan berbeda (Sumber: Hasil Wawancara Valentino Simanjuntak, 2 Ferbuari 2019).

Pada tahun 2013 Valentino Simanjuntak menggemparkan dunia pertelevisian Indonesia dengan cara dia membawakan komentar terhadap pertandingan – pertandingan sepakbola piala AFF U-19 tahun 2013. Dengan gaya berkomentatornya yang ramai, cepat, dan nyentrik membuat Valentino Simanjuntak viral di pertelevisian Indonesia dan menjadi perbincangan netizen di media sosial. Salah satu kalimat yang paling viral adalah saat dimana Valentino Simanjuntak mengatakan kata “*jebreeet*” saat Timnas Indonesia memasukan bola ke gawang lawan. Kata- kata “*jebreeet*” saat itu langsung viral dan dibicarakan netizen di media sosial (Sumber: <http://suarr.id/valentino-simanjuntak-nafas-baru-komentator-bola-di-indonesia/> di akses pada tanggal 4 November 2018, pukul 14.40). Tidak hanya dibicarakan saja, melainkan di *share* cuplikannya di media sosial sampai dibuat kompilasi saat dia mengatakan “*jebreeet*” saat berkomentator

di platform Youtube. Secara tidak langsung *personal branding* dari Valentino Simanjuntak sudah terlihat dari gaya berkomentatornya yang beda dan unik, dan nyentrik.

Berdasarkan wawancara langsung dengan Valentino Simanjuntak, diketahui bahwa setelah perjalanan Valentino Simanjuntak di acara olahraga piala AFF U-19 tahun 2013, orang – orang mulai mengenali Valentino Simanjuntak sebagai Valentino Jebreet. *Personal branding* merupakan satu hal untuk membangun image figur publik di mata audiensnya yang luas (Maulana, 2015: 46). Seperti Valentino Simanjuntak, Valentino Simanjuntak memperkenalkan dirinya sebagai Valentino Jebreet, seorang komentator olahraga dengan pembawaan dan gaya bahasa yang berbeda, unik, dan nyentrik. Valentino Simanjuntak yang awalnya menjadi komentator olahraga yang formal membuat wajah baru di acara televisi, seorang Valentino Simanjuntak bisa menjadi perbedaan dengan membawakan komentator dengan cara yang ramai, gaya bahasa cepat, dan mengeluarkan kata – kata dan jargon unik, dan nyentrik (Hasil Wawancara Valentino Simanjuntak, 2 Februari 2019). Ia telah membangun *personal branding* dirinya dengan menjadi komentator acara olahraga yang berbeda dengan pembawaanya yang ramai, cepat, dan mengeluarkan kata – kata dan jargon unik.

Piala AFF U-19 2013 hanya lah awal dari perjalanan Valentino Simanjuntak dengan ciri khas pembawaan nyentriknya dan jargon uniknya. Setelah sukses Menemukan ciri khas pada dirinya, Valentino Simanjuntak terus mengeluarkan ide – ide baru saat ia menjadi komentator di acara olahraga. Jargon - jargon unik dan kata – kata yang membuat penonton bertanya – tanya sukses membuat Valentino Simanjuntak semakin mengudara. Berawal dari kata – kata “jebreet” pada Piala AFF U-19 pada tahun 2013, berlanjut dengan jargon – jargon seperti “tendangan LDR”, “gerakan 378”, sampai membuat julukan untuk pemain timnas U-19 pada Piala AFF U-19 pada tahun 2017 seperti “messi kelok 9”, “Benteng Rotterdam”, “*baby shark*” dan banyak lagi.

Dari tahun ke tahun Valentino Simanjuntak selalu memberikan ide – ide baru yang mengarah dari *personal branding* nya sebagai komentator olahraga yang berbeda dan unik (sumber: <https://www.bolasport.com/liga-1/306442-sejarah-jebreet-dan-impian-valentino-simanjuntak?page=1#>, diakses pada 2 November 2018, pukul 17.35). Pada tahun 2018 ini Valentino Simanjuntak semakin dikenal

masyarakat setelah ia mengomentari cabang olahraga badminton di Asian Games 2018. Gaya berbeda dari Valentino Simanjuntak dan ide jargon baru ditunjukkan kembali olehnya sehingga menjadi viral kembali saat ini. Tentunya ada respon negatif dan positif dari masyarakat, banyak yang berkomentar di media sosial tentang bagaimana pembawaan Valentino Simanjuntak menjadi komentator (Sumber: <https://www.bolasport.com/gosip/299034-aksi-valentino-simanjuntak-jadi-komentator-bulu-tangkis-ditanggapi-beragam-oleh-netizen?page=2#> di akses pada tanggal 14 Januari 2019, pukul 20.37 WIB).

Aksi Valentino Simanjuntak Jadi Komentator Bulu Tangkis Ditanggapi Beragam oleh Netizen



Valentino Simanjuntak saat membawakan acara launching klubura United dan Annisera yang ke-3 sekaligus perkenalan jersey dan pemain baru untuk musim 2018 yang berlangsung di Ballroom Shangri-la Hotel Surabaya, Jawa Timur, Rabu (10/01/2017) malam.

"Haha. Bung Jebret ampun nonton badminton, ngakak terus saya dengernya," komentar @agipratama.

Ada pula yang menanggapi, "Berasa nonton bola, tetapi ya begitulah. Saya ngakak sendiri dengar Bung Valen komentar, bahkan Yuni Kartika juga sering ketawa," komentar @nialilysry.

"Saya kira cukup di sepak bola saja harus merasakan sakit telinga mendengarkan komentator yang tidak jelas, eh halah, sekarang juga di badminton. Saya akui awalnya yang begini itu lucu dan menghibur. Tetapi, lama-lama eneg juga," komentar @nox_end.

Gambar 1.1 Tanggapan Netizen Terhadap Valentino Simanjuntak

(Sumber: <https://www.bolasport.com/gosip/299034-aksi-valentino-simanjuntak-jadi-komentator-bulu-tangkis-ditanggapi-beragam-oleh-netizen?page=2#> di akses pada tanggal 14 Januari 2019, pukul 20.37 WIB)

Adanya tanggapan positif maupun negatif, cara dia membawakan komentator tetap membuat ia menjadi viral saat ini dan setelah perhelatan terbesar Asia itu yang dilaksanakan di Indonesia. Salah satu jargon Valentino Simanjuntak yang paling viral adalah "siapa kita? Indonesia!". Jargon tersebut akhirnya menjadi viral setelah ucapan pertamanya muncul saat menjadi komentator di cabang olahraga badminton di Asian Games 2018 Jakarta - Palembang. Tidak hanya di cabang badminton, setelah itu, jargon "siapa kita? Indonesia!" yang dilontarkan seorang Valentino Simanjuntak menyebar ke masyarakat dan pecinta olahraga di Indonesia. Jargon "siapa kita? Indonesia!" menjadi jargon penyemangat bagi semua atlet Indonesia dan selalu di ucapkan di media televisi, sampai di media sosial

(Sumber: <https://www.kompasiana.com/muchith/5b72b1c712ae9447e8648c62/valentino-asian-games-dan-nasionalisme-bangsa-indonesia> di akses pada tanggal 20 Desember 2018, pukul 19.00 WIB).

Puncaknya saat jargon “siapa kita? Indonesia!” diucapkan oleh bapak Presiden Jokowi saat acara penutupan Asian Games 2018 di stadion utama Gelora Bung Karno, Jakarta. Kesuksesan Valentino Simanjuntak sangat dirasakan paca perhelatan acara olahraga terbesar di Asia tersebut. Puncaknya, pada akhir tahun 2018, kinerja seorang Valentino Simanjuntak terbayar dengan ia meraih penghargaan di Panasonic Gobel Award 2018.

Panasonic Gobel Award merupakan ajang penghargaan tahunan untuk mengapresiasi insan dan program televisi terfavorit di Indonesia, (Sumber: <http://panasonicgobelawards.com/Winners> diakses pada 14 Januari 2019, pukul 23.24 WIB). Valentino Simanjuntak terpilih menjadi presenter olahraga terfavorit Panasonic Gobel Award 2018.



Gambar 1.2 Presenter Olahraga Terfavorit

(Sumber: <http://panasonicgobelawards.com/Winners> diakses pada 14 Januari 2019, pukul 23.24 WIB)

Valentino Simanjuntak mampu mengalahkan beberapa presenter – presenter olahraga di Indonesia seperti Darius Sinathrya dan Donna Agnesia. Berikut nominasi presenter olahraga terfavorit Panasonic Gobel Award 2019:

Tabel 1.1

Nominasi Presenter Olahraga Terfavorit Panasonic Gobel Award 2018

Darius Sinathrya	Nominasi
Donna Agnesia	Nominasi
Ovi Dian	Nominasi
Sandra Olga	Nominasi
Valentino Simanjuntak	Pemenang

(Sumber: <http://panasonicgobelawards.com/Nominee> diakses pada 5 April 2019, pukul 19.45 WIB)

Seorang *public figure* biasanya menggunakan istilah *personal branding* ini untuk membangun *image* nya dimata audiens nya yang luas. Kompetisi antar tokoh membuat mereka harus mulai berpikir secara strategik untuk memahami *branding* secara holistik (Maulana, 2015: 46). Menjadi *public figure* bukan hal yang mudah, menjadi seorang *public figure* mempunyai tanggung jawab yang besar untuk memberikan apa yang sepatutnya diberikan kepada masyarakat. Dalam dunia pertelevisian, seorang *public figure* menjadi contoh kepada masyarakat tentang segala hal, seperti diketahui bahwa televisi adalah media yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia (Vera, 2016: 79). Disitu juga masyarakat bisa melihat dan mengingat apa yang *public figure* lakukan di suatu acara televisi dan bisa menilai, karena pada kenyataanya setiap orang perlu mengelola *personal brand* nya masing – masing, baik *public figure* maupun bukan. Citra seseorang akan mempengaruhi sejauh mana seseorang itu diterima oleh – orang – orang disekitar. Seseorang bisa menjadi sebuah *brand* ketika memiliki sebuah ciri khas yang ditonjolkan (Maulana, 2015: 45).

Berbicara mengenalkan produk dan jasa, *brand* dan *branding* menjadi hal berhubungan. Kegiatan *branding* menjadi salah satu upaya komunikasi suatu perusahaan untuk membuat *brand* mereka terkenal dan dikenal banyak orang. Dikenalnya suatu *brand* tentunya akan berpengaruh kepada kemajuan *brand* dan perusahaan itu sendiri, terlihat dari bagaimana masyarakat mengenali *brand* tersebut, bagaimana penjualan dari produk atau jasa *brand* itu sendiri dan juga bisa dilihat dari bagaimana masyarakat merekomendasikan produk dan *brand* tersebut kepada orang lain (Sumber: <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-semua-tentang->

[branding-yang-harus-anda-tahu/](#), diakses pada tanggal 21 Oktober 2018, pukul 21.00 WIB).

Branding adalah pemberian nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing (Kotler, 2009).

Ada beberapa jenis *branding*, salah satunya *personal branding*. *Personal branding* merupakan istilah yang tidak asing bagi dunia ilmu komunikasi, khususnya marketing komunikasi. *Personal Branding* merupakan cara individu untuk membangun sebuah citra dan image terhadap dirinya sendiri. Menurut Wright (2010: 6), *Personal branding* melibatkan pengelolaan reputasi, gaya, penampilan, sikap, dan keterampilan yang teratur sejalan dengan sebuah regu pemasar yang memasarkan suatu *brand* untuk sebungkus *Doritos* atau sebotol sampo.

Wright (2010: 6) “*Personal branding involves managing your reputation, style, look, attitude and skill set the same way that a marketing team would run the brand for a bag of Doritos or bottle of shampoo.*”

Secara tidak sadar, *personal branding* bisa saja muncul dari sekeliling kita, sebagai contoh, seorang organisator kampus yang sudah terkenal kinerjanya dan sifatnya yang baik saat di organisasi ataupun di perkuliahan, otomatis acara – acara dan saat kerja kelompok perkuliahan pasti semua orang ingin memilih dia untuk bergabung dalam tim. Secara tidak langsung *personal branding* nya sudah terbangun. Tentunya seorang Valentino Simanjuntak bisa menjadi contoh. Valentino Simanjuntak berawal dari hanya membantu mengisi acara sampai akhirnya bisa menjadi komentator yang sangat dikenal masyarakat dengan ciri khasnya dengan gaya berbicara cepat, nyentrik, dan melontarkan jargon – jargon unik yang membuat penonton antusias dan bersemangat. Pada akhirnya Valentino Simanjuntak yang lebih dikenal sebagai Valentino Jebreet menjadi salah satu orang yang sangat dikenal masyarakat Indonesia terutama pecinta olahraga.

Menjadi seorang *public figure* tidak luput dari sorotan media massa, terutama media televisi. Media televisi adalah Salah satu media massa yang cepat mempengaruhi opini publik dan perilaku masyarakat adalah media televisi. Televisi merupakan salah satu media yang istimewa, karena televisi bisa

memberikan informasi visual dan audio secara bersamaan. Kekuatan visualah yang menjadi andalan dari media televisi. Kelebihan dari televisi ini akan membuat masyarakat tertarik untuk menonton dan menyimak informasi dan pesan yang disampaikan dalam acara televisi. Televisi juga memberikan acara – acara dengan berbagai macam tipe seperti *news*, *talkshow*, *reality show*, *music*, *drama*, *game show*, dan acara olahraga. Perkembangan dari televisi juga sangat pesat mulai dari warna, audio, visual, ukuran, dan lain – lain.

Fungsi dari media televisi itu untuk memberikan informasi, edukasi, dan hiburan kepada masyarakat. Dengan perkembangan televisi yang pesat, media televisi juga digunakan untuk kepentingan golongan untuk mengenalkan produk – produk atau jasa golongan tertentu kepada khalayak luas, mengingat peran dari media massa adalah memberikan informasi dan pesan kepada khalayak luas.

Acara olahraga merupakan salah satu acara televisi yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia terutama Sepakbola dan Bulutangkis. Menurut data AC Nielsen, rating final Piala AFF U-19 2013 antara Indonesia melawan Malaysia mengalahkan acara – acara yang mempunyai rating besar di televisi seperti *Yuk Keep Smile* (YKS) yang menjual goyang ceisarnya dan sinetron terpanjang *Tukang Bubur Naik Haji*. Saat itu rating Final AFF U-19 2013 antara Indonesia vs Malaysia berhasil memperoleh *rating* 11.1 persen, sedangkan *share* mencapai 44.8 persen. Artinya ada sekitar 40 persen lebih penonton televisi nasional menyaksikan Final AFF U-19 2013. Pada Asian Games 2018 Jakarta – Palembang pun masyarakat Indonesia sangat antusias untuk menonton tayangan tersebut. Terbukti menurut AC Nielsen, Pertandingan Sepakbola *fase* Grup antara Indonesia vs Laos memiliki *rating* 9.1 persen dan *share* 37 persen. Tidak berbeda dengan cabang badminton yang juga memberikan *rating* tinggi. Menurut AC Nielsen, rating terbesar penonton menonton cabang olahraga badminton adalah saat melawan Cina, perolehan *rating*-nya mencapai 7.9 persen dan *share* 35.6 persen pada tanggal 22 Agustus 2018.

Perkembangan media massa dari tahun ke tahun mengalami kemajuan yang pesat. Media massa merupakan sarana untuk memberikan informasi dan pesan kepada audiens. Media massa bisa diartikan sebagai alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dan informasi dari sumber kepada khalayak dengan

menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi (Cangara, 2003: 134).

Media massa merupakan alat komunikasi untuk memberikan pesan dan informasi secara luas dan untuk orang banyak. Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh (Effendy, 2000). Media massa yang digunakan sehari-hari seperti televisi, radio, surat kabar dan film bioskop beroperasi dalam bidang informasi, edukasi, dan rekreasi atau dalam kata lain yaitu penerangan, Pendidikan, dan hiburan.

Media massa memiliki peran penting dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Tidak dapat dihindari, pada saat ini informasi menjadi salah satu kebutuhan pokok bagi masyarakat dan media massa lah penghubung antara sumber dan masyarakat. Media massa bisa membangun dan mempengaruhi opini publik dan membuat masyarakat bias menilai apa yang mereka dapat dari media massa itu sendiri.

Melalui media televisi, Valentino Simanjuntak menjadi seorang komentator sepakbola dengan gayanya yang berbeda, nyentrik, dan unik, jargon – jargon unik yang ia buat berhasil membuat dirinya menjadi viral di pertelevisian Indonesia, nama Valentino Jebreet sebagai julukannya pun sudah melekat di mata masyarakat sehingga terbentuklah *personal branding* nya. Sampai akhirnya ia mendapatkan penghargaan sebagai presenter olahraga terfavorit di Panasonic Gobel Award 2018. Dengan demikian, penulis tergerak untuk melakukan penelitian yang berjudul “Personal Branding Valentino Simanjuntak Sebagai Komentator Olahraga di Media Televisi” karena Valentino Simanjuntak merupakan tokoh yang viral dengan gaya berkomentatornya yang berbeda, unik, dan nyentrik. Seorang Valentino Simanjuntak berhasil membangun merek pada dirinya sendiri yang akhirnya dikenal sebagai Valentino Jebreet, perjalanannya dari awal menjadi komentator, viral dengan ciri khasnya, hingga akhirnya pencapaiannya terbayar dengan terpilihnya dia menjadi presenter olahraga terfavorit di Panasonic Gobel Award 2018 memperkuat bahwa seorang Valentino Simanjuntak memiliki mereknya sendiri dan sukses membangun *personal branding*. Karena itulah penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana penerapan *personal branding* yang dilakukan Valentino Simanjuntak sebagai komentator olahraga di media televisi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah penulis uraikan, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana penerapan *personal branding* yang dilakukan oleh Valentino Simanjuntak sebagai komentator olahraga di media televisi.

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, fokus penelitian yang dilakukan penulis adalah menganalisis bagaimana penerapan *personal branding* yang dilakukan oleh Valentino Simanjuntak sebagai komentator olahraga di media televisi berdasarkan sebelas karakteristik *personal branding* menurut Rampersad (2008: 19-20) yaitu keaslian, integritas, konsisten, spesialisasi, wibawa, kekhasan, relevan, terlihat, kegigihan, nama baik, dan kinerja.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah menganalisa bagaimana penerapan *personal branding* yang dilakukan oleh Valentino Simanjuntak sebagai komentator olahraga di media televisi.

1.5 Kegunaan Penelitian

Terdapat dua kegunaan penelitian yang dapat diambil dalam penelitian ini yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya jenis penelitian komunikasi dan dalam bidang kajian marketing komunikasi, khususnya mengenai penerapan *personal branding* pada media televisi yang dilakukan oleh *Public Figure*.

2. Kegunaan Praktis

- a. Khalayak yang dimana ingin mempromosikan diri atau bisnisnya dengan cara yang baik dan bisa melihat perbedaan dan keunikan yang bisa ditemukan untuk kelancaran promosi.

- b. Dapat bermanfaat untuk perusahaan dalam kegiatan promosi di media televisi dimana dapat menerapkan untuk perusahaannya dengan menggunakan *Public Figure* maupun *non – Public Figure*.
- c. Membantu menganalisa dan memberikan masukan serta rekomendasi kepada tokoh yang bersangkutan tentang *personal branding* yang dilakukan

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1. 2
Periode Penelitian

NO	Tahapan Penelitian	Waktu						
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
1	Mencari informasi awal untuk topik penelitian	■						
2	Penyusunan proposal BAB I, BAB II, dan BAB III	■	■					
3	<i>Desk Evaluation</i>		■	■				
4	Pengumpulan dan pengolahan data				■	■	■	
5	Penyusunan Skripsi					■	■	■
6.	Sidang Skripsi							■

(Sumber: Olahan Peneliti, 2019)