

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepemimpinan dapat diartikan sebagai proses mempengaruhi dan mengarahkan para pegawai dalam melakukan pekerjaan yang telah ditugaskan kepada mereka. Sebagai proses, kepemimpinan difokuskan kepada apa yang dilakukan oleh para pemimpin, yaitu proses di mana para pemimpin menggunakan pengaruhnya untuk memperjelas tujuan organisasi bagi para pegawai, bawahan, atau yang dipimpinya, memotivasi mereka untuk mencapai tujuan tersebut, serta membantu menciptakan suatu budaya produktif dalam organisasi. Adapun dari sisi atribut, kepemimpinan adalah karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin.

Oleh karena itu, pemimpin dapat didefinisikan sebagai seorang yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain tanpa menggunakan kekuatan, sehingga orang-orang yang dipimpinya menerima dirinya sebagai sosok yang layak memimpin mereka. Seseorang pemimpin harus memiliki visi untuk menjadi sosok pemimpin yang baik bagi bawahannya dengan suatu proses yang dinamis yang sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan kelompok atau organisasi yang dipimpinya. Visi adalah bagian dari optimisme untuk bertindak menjadi lebih baik kedepan. Dengan visi tersebut menjadikan landasan dasar untuk berjuang yang sangat diperlukan dalam sosok pemimpin. Visi ini diperlukan karena untuk pencapaian dan tujuan tertentu.

Kepemimpinan di Indonesia sekarang sudah jauh dari apa yang diartikan seorang pemimpin. Banyaknya kasus-kasus korupsi yang dilakukan oleh para pemimpin di Indonesia menyebabkan sering terjadinya hal-hal negatif terhadap masyarakat salah satunya kemiskinan. Kasus-kasus yang menimpa pemimpin bangsa Indonesia menyebabkan juga hal negatif kepada para remaja bangsa dalam melihat sosok pemimpin Negara maupun calon pemimpin

Negara. Hal tersebut menjadi alasan remaja kurangnya kepercayaan terhadap pemimpin bangsa selanjutnya, sedangkan remaja adalah faktor pendorong dalam kemajuan bangsa Indonesia. Peran nasionalisme remaja yang juga sebagai *agent of change* seolah mulai pudar dan luntur. Jangankan menjadi pendorong reformasi di Negara ini, tawuran dan kekisruhan yang terjadi di Indonesia saat ini 75% didalangi oleh remaja bangsa. Salah satu faktor kian pudarnya rasa nasionalis remaja Indonesia diduga akibat pengaruh globalisasi terhadap masyarakat Indonesia.

Oleh karena itu Indonesia membutuhkan pemimpin yang tegas, bersih dari korupsi, jujur, mempunyai visi yang jelas, bertanggung jawab dan juga memiliki rasa nasionalisme yang tinggi. Pada pilpres 2014 di Indonesia terdapat banyak calon-calon dari partai politik di Indonesia yang mengikut sertakan wakil dari partai mereka untuk menjadi capres dalam pilpres tahun ini. Salah satu kandidatnya yaitu Aburizal Bakrie. Dengan kesempatan ini Aburizal Bakrie yang telah memiliki visi mencalonkan menjadi seorang pemimpin selanjutnya.

Aburizal Bakrie (ARB) adalah seorang pengusaha dan mempunyai prestasi menjabat sebagai Menteri Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat Kabinet Indonesia Bersatu periode 2004-2009, dan terpilih sebagai Ketua Umum Partai Golkar 2009-sekarang. Aburizal bakrie salah satu kandidat calon presiden periode 2014-2019. Dan memiliki visi Negara Kesejahteraan: Negara 2045.

Tetapi, kasus Aburizal Bakrie yang sampai saat ini masih melekat pada masyarakat adalah kasus lumpur Siduarjo, masyarakat hanya melihat satu titik permasalahan yaitu Aburizal Bakrie yang menjadi tersangka. Kasus tersebut yang menjadi penjanggal ARB untuk melangkah menjadi calon presiden. Dan mempengaruhi terhadap elektabilitas ARB di media sosial dan menjadikan citra ARB di media sosial cenderung mengarah ke negatif. Dan diperlukan *beginning positioning* di masyarakat khususnya remaja yang baik dengan

mengenalkan visi ARB dalam pencalonannya menjadi seorang pemimpin Negara dengan melihat perilaku, karakteristik khalayak sasaran.

Ditinjau dari kurangnya kepercayaan remaja dalam melihat sosok pemimpin dan pudarnya rasa nasionalisme pada remaja dengan melihat kebiasaan yang dilakukan remaja saat ini yaitu dekat dengan media sosial (internet), sehingga hal ini menjadikan peluang yang baik bagi ARB untuk melakukan promosi dirinya terhadap khalayak sasaran. Remaja umur 17-23 tahun di Indonesia saat ini senang mengakses internet dan media sosial dalam mendapatkan informasi maupun mendapatkan hiburan. Jaman sekarang internet dan sosial media didukung oleh teknologi yang sudah maju. Kebiasaan remaja usia tersebut lebih dominan mencari informasi dari media sosial dan mendapatkan hiburan melalui internet. Remaja bisa mengaksesnya melalui *gadget smartphone*. Salah satu media sosial yang sering digunakan yaitu Facebook, Twitter, YouTube dan media sosial lainnya. YouTube digunakan oleh remaja agar dapat menonton video sebagai media informasi dan hiburan.

Maka dari itu, ARB sebagai sosok pemimpin yang memiliki visi untuk Indonesia Sejahtera dirasa perlu untuk membuat video yang kreatif sebagai *beginning positioning* di mata masyarakat khususnya remaja.

1.2 Identikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang terjadi dapat disimpulkan identifikasi masalah yaitu:

1. Seorang pemimpin harus memiliki visi yang jelas dalam bertindak untuk menjadi lebih baik kedepannya.
2. Kepemimpinan di Indonesia sekarang sudah jauh dari apa yang diartikan seorang pemimpin dengan beberapa kasus yang melibatkan para pemimpin Indonesia yang menimbulkan hal negatif kepada masyarakat khususnya remaja dan berkurangnya rasa nasionalisme

pada remaja dalam membangun bangsa yang lebih baik untuk Negara Indonesia.

3. Citra ARB yang kurang baik dimata masyarakat khususnya remaja yang disebabkan oleh beberapa kasus yang menimpa beliau menimbulkan serangan negatif oleh berbagai publik, mempengaruhi elektabilitas dan penjanggal beliau dalam mencalonkan menjadi presiden tahun 2014.
4. Media sosial YouTube dapat menjadi media informasi dalam pendekatan sosok ARB terhadap remaja untuk menginformasikan visi beliau dalam pengenalan sosok pemimpin.

1.3 Rumusan Masalah

Dengan mengidentifikasi masalah tersebut maka rumusan masalah terletak pada:

Bagaimana mempromosikan ARB kepada remaja dengan menggunakan media yang tepat sebagai *beginning positioning* untuk mencalonkan presiden Indonesia selanjutnya?

1.4 Ruang Lingkup Masalah

Dalam pengerjaan tugas akhir ini, ruang lingkup dari perancangan media informasi ini adalah:

1. Apa (*What*)

Media promosi yang dilakukan Aburizal Bakrie kepada sampel khalayak sasaran yaitu remaja di kota Jakarta.

2. Siapa (*Who*)

Segmen dari strategi ini ialah remaja (19 – 23 tahun), khususnya para pengguna internet dan sosial media, dan peduli terhadap pembangunan bangsa Indonesia. Dengan demografis masyarakat menengah keatas.

3. Dimana (*Where*)

Perancangan media promosi Aburizal Bakrie ini ditempatkan pada media sosial YouTube dengan sampel berlokasi di kota Jakarta. Media informasi ini dilakukan untuk menyampaikan visi beliau dan sebagai beginning positioning yang baik di masyarakat khususnya remaja,

4. Kapan (*When*)

Pengumpulan data dilakukan sejak Februari-Maret 2014

5. Bagaimana (*How*)

Perancangan video Aburizal Bakrie yang ditayangkan pada media sosial YouTube sebagai media promosi.

1.5 Tujuan Perancangan

Strategi perancangan yang nantinya akan divisualisasikan, diharapkan mampu membuat ketertarikan pada masyarakat. Dan tujuan dari strategi promosi ini adalah:

Menggunakan media promosi yang tepat untuk remaja dalam menyampaikan sosok pemimpin yang baik dan peduli sebagai strategi promosi ARB.

1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

Dalam perancangan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan Metode Kualitatif untuk menarik kesimpulan dari data-data yang didapat berupa kalimat dan argumen dari kalangan yang berbeda.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Observasi lapangan di daerah Jakarta

Observasi dilakukan di daerah Pusat Jakarta tentang pengenalan sosok pemimpin yang akan memimpin bangsa Indonesia.

b. Kuesioner

Data tersebut penulis membuat kuesioner *online* dimana para responden dapat mengisi kuesioner dengan mudah dan tidak membuang banyak waktu.

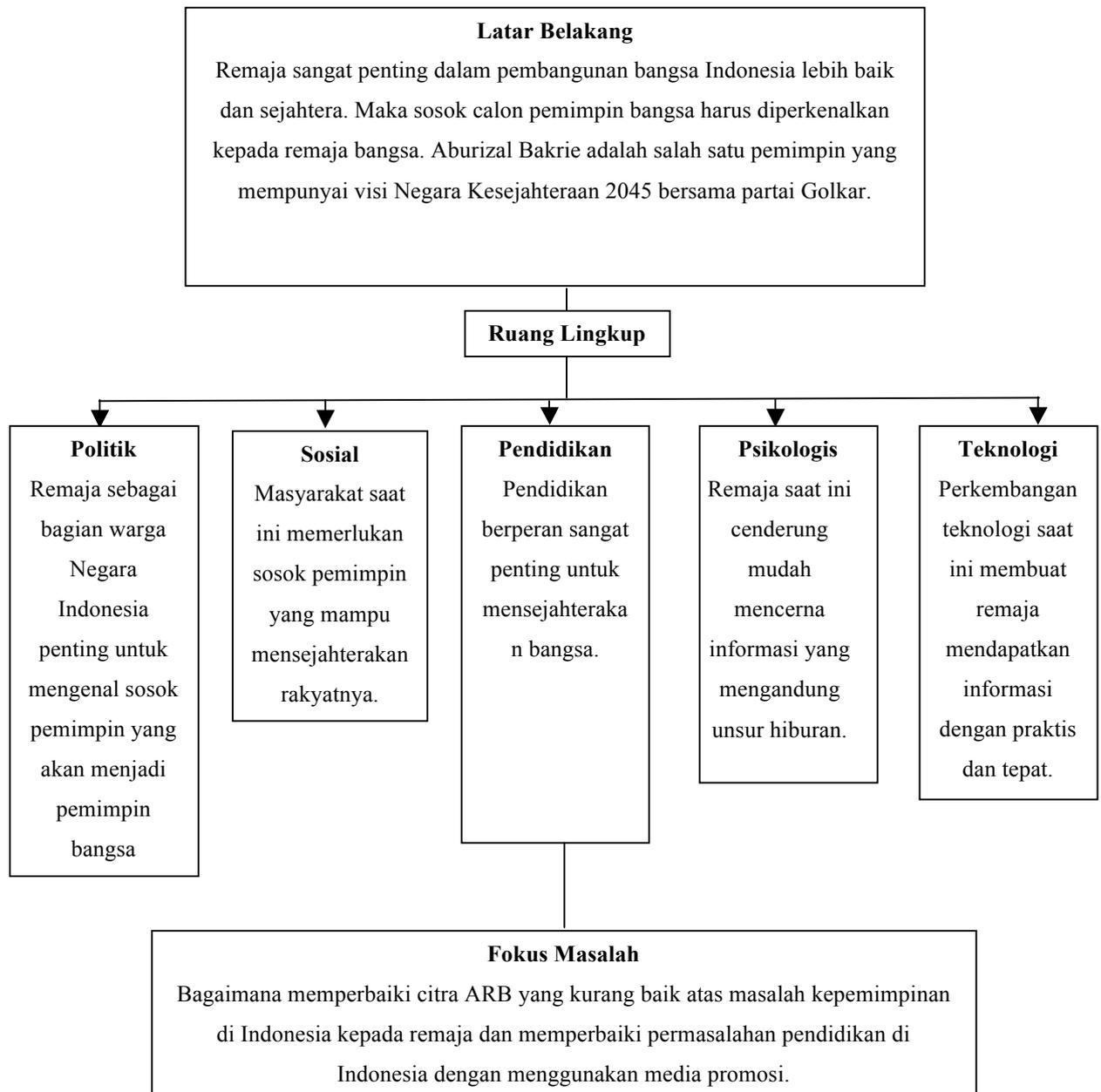
c. Wawancara dengan pihak Perusahaan Epicentrum Kebangsaan yaitu salah satu tim sukses ARB dalam promosi beliau kepada responden.

d. Studi Kepustakaan, dengan mempelajari data-data yang dikumpulkan dari media cetak dan *online* tentang strategi promosi.

1.6.2 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisa SWOT dan AISAS dalam menganalisa objek perancangan yang akan dibuat.

1.7 Kerangka Perancangan





Fenomena

1. Seorang pemimpin harus memiliki visi yang jelas dalam bertindak untuk menjadi lebih baik kedepannya.
2. Kepemimpinan di Indonesia sekarang sudah jauh dari apa yang diartikan seorang pemimpin dengan beberapa kasus yang melibatkan para pemimpin Indonesia yang menimbulkan hal negatif kepada masyarakat khususnya remaja dan berkurangnya rasa nasionalisme pada remaja dalam membangun bangsa yang lebih baik untuk Negara Indonesia.
3. Positioning ARB yang kurang baik dimata masyarakat khususnya remaja yang disebabkan oleh beberapa kasus yang menimpa beliau menimbulkan serangan negatif oleh berbagai publik, mempengaruhi elektabilitas dan penjanggal beliau dalam mencalonkan menjadi presiden tahun 2014.
4. Media sosial YouTube dapat menjadi media informasi dalam pendekatan sosok ARB terhadap remaja untuk menginformasikan visi beliau dalam pengenalan sosok pemimpin.

Hipotesa

Dalam memilih pemimpin sangat perlu pengenalan sosok pemimpin yang jelas visi-misinya bagi masyarakat khususnya dikalangan remaja penggunaan media yang tepat akan lebih dapat diterima oleh remaja untuk memperkenalkan sosok Aburizal Bakrie dan mengubah pandangan yang negatif terhadap Aburizal Bakrie.

Strategi Media

Menggunakan sarana internet dan media sosial yang populer dikalangan masyarakat khususnya remaja Kota Jakarta sebagai media utama dikarenakan penyebaran informasi dan sosialisasi akan lebih mudah dan cepat terlaksana



Solusi

Membuat *Video Motion Graphic* tentang promosi secara tidak langsung Aburizal Bakrie untuk memperkenalkan sosok ARB dan mengubah pandangan negatif ARB sebagai pemimpin yang visioner.

1.8 Pembabakan

- **Bab I Pendahuluan**

Berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, latar belakang masalah, permasalahan, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data, skema perancangan, dan pembabakan.

- **Bab II Dasar Pemikiran**

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran tentang obyek penelitian yaitu kampanye sosial atau promosi.

- **Bab III Data dan Analisis Masalah**

- Data

Data perusahaan Epicentrum Kebangsaan

- Analisis

Menganalisis data-data yang telah dipaparkan dalam sub-bab sebelumnya.

- **Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Menjelaskan konsep dan strategi yang akan digunakan meliputi strategi kampanye dan strategi media yang efektif dan kreatif. Menjelaskan konsep desain yang ingin dirancang dan memperlihatkan hasil rancangan yang berupa final desain dari media – media yang telah ditentukan.

- **Bab V Penutup**

Pada Bagian ini Penulis memaparkan mengenai rekomendasi dan evaluasi setelah menyelesaikan karya. Penulis dalam bagian ini juga dapat mencantumkan kesimpulan tentang kelayakan bahwa karya tersebut layak untuk dieksploitasi ditambah dengan Implementasi yang meliputi dampak langsung dan dampak tidak langsung yang akan dirasakan oleh masyarakat setelah melihat hasil karya.