

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan media saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Masyarakat kini lebih banyak mengakses informasi melalui media sosial dan platform daring dibandingkan televisi konvensional. Perkembangan zaman menggiring manusia pada era yang kompetitif, sehingga kreativitas dalam menciptakan ide-ide dan karya baru menjadi tuntutan utama. Salah satunya diterapkan dalam mengemas pesan persuasif dan kontekstual, kemudian pesan tersebut diimplementasikan pada berbagai kegiatan maupun media (Marta & Rieuwpassa, 2018).

Teknologi modern media saat ini telah merevolusi cara orang berkomunikasi dan mengekspresikan diri (Tarsani, Gora, & Dwijayanti, 2023). Meningkatnya kejemuhan audiens terhadap penyajian konten berita yang monoton mendorong munculnya pendekatan baru. Penyajian konten berita kini tidak lagi cukup hanya mengandalkan narasi formal dan kaku. Inovasi dalam penyampaian, termasuk penggunaan satire, menjadi salah satu alternatif untuk menghidupkan tayangan konten berita. Konten berita dengan hal ini memungkinkan untuk tetap informatif namun dengan pendekatan yang lebih komunikatif.

Presenter konten berita tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai wajah dari sebuah lembaga penyiaran. Gaya dan karakter presenter dapat memengaruhi persepsi publik terhadap kredibilitas dan daya tarik

sebuah program. Dengan kehadiran presenter yang memiliki gaya khas menjadi strategi media dalam membangun identitas programnya. Di tengah persaingan ketat, presenter dituntut untuk memiliki ciri khas agar mudah dikenali dan diingat. Strategi ini turut berkontribusi dalam memperkuat citra institusi media itu sendiri.

Dalam beberapa tahun terakhir, satire semakin populer sebagai bentuk komunikasi yang efektif di media massa. Satire tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana penyampaian kritik sosial dan politik. Dengan pendekatan yang halus dan lucu, satire mampu menyoroti isu-isu penting. Gaya ini banyak diminati karena memberikan sudut pandang baru terhadap permasalahan yang ada. Satire oleh karena itu menjadi strategi komunikasi yang semakin relevan di era informasi ini.

Personal branding menjadi semakin penting di era digital, di mana individu dapat membentuk citra dirinya melalui berbagai platform. Dalam konteks media, presenter membangun branding diri untuk menonjol di tengah persaingan industri. Strategi *personal branding* dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan, termasuk penggunaan gaya penyampaian tertentu. Satire menjadi salah satu cara efektif untuk menunjukkan karakter unik seorang presenter. Dengan gaya satire, mereka dapat membangun identitas yang kuat di mata publik.

Satire merupakan gaya komunikasi yang menggunakan humor, ironi, atau sindiran untuk menyampaikan pesan. Satire membantu menjembatani kesenjangan antara media dan publik. Efektivitasnya terletak pada kemampuannya menyampaikan pesan penting secara terselubung namun mengena. Tokoh media menggunakan gaya ini untuk memperluas jangkauan dan pengaruhnya.

Satire juga berfungsi sebagai alat diferensiasi bagi individu dalam dunia penyiaran. Di tengah banyaknya presenter yang menyampaikan konten berita dengan gaya konvensional, satire memberikan keunikan tersendiri. Hal ini memungkinkan seorang presenter tampil lebih menonjol dan diingat oleh audiens. Diferensiasi ini penting dalam membangun *personal branding* yang kuat. Satire menjadikan penyampaian konten berita lebih berkarakter dan memiliki nilai tambah.

Penggunaan satire juga memiliki risiko tersendiri. Gaya penyampaian yang mengandung sindiran dapat disalahartikan oleh sebagian audiens. Dalam beberapa kasus, satire dapat dianggap sebagai bentuk pelecehan atau penghinaan. Hal ini menunjukkan pentingnya kehati-hatian dalam memilih kata dan konteks penyampaian. Presenter perlu memahami batas etika dalam menggunakan satire agar tidak menimbulkan kontroversi.

Valentinus Resa merupakan sosok presenter MetroTV yang muncul dengan gaya unik dalam menyampaikan konten berita. Ia dikenal karena mampu menyelipkan unsur satir dan humor dalam siaran-siarannya. Pendekatan ini menjadikannya mudah dikenali dan dicintai oleh sebagian besar warganet. Dengan gaya penyampaiannya, Valentinus berhasil memposisikan diri sebagai sosok yang segar dan berbeda dari presenter lainnya. Pendekatan satire membuktikan bahwa hal ini dapat menjadi strategi *personal branding* yang efektif.

Valentinus Resa merupakan alumni IISIP Jakarta angkatan 2004 dari konsentrasi Ilmu Jurnalistik. Saat ini ia dikenal sebagai pembawa acara “*Meet Nite Live*” di Metro TV. Valentinus Resa mengawali kariernya di dunia media sejak tahun 2011 dan menyebut bahwa ilmu serta pengalaman yang diperolehnya selama

kuliah sangat membantunya, terutama dalam bidang jurnalistik. “*Saya bersyukur bisa berkuliah di IISIP Jakarta. Banyak ilmu dan pengalaman yang saya dapatkan, terutama dalam dunia jurnalistik,*” ujar Valentinus Resa.

Valentinus Resa memulai kariernya di Metro TV pada pertengahan 2011 sebagai copywriter selama dua bulan, kemudian melanjutkan sebagai staf produksi di program Mata Najwa selama empat bulan. Pada 2014, setelah mengikuti proses casting, Valentinus Resa mulai tampil sebagai presenter olahraga pada 2014, bertepatan dengan Piala Dunia Brasil. Valentinus Resa juga berbagi pengalaman paling menantangnya saat meliput langsung Piala Dunia 2018 di Rusia, di mana Resa tidak hanya melaporkan konten berita tetapi juga mengambil gambar dan melakukan proses editing sendiri, sambil menghadapi tekanan deadline dan jadwal siaran langsung yang padat.

“Setiap liputan adalah pengalaman yang menantang. Karena kita tidak bisa hanya mengandalkan arahan dari produser, kita sendiri harus aktif dan rajin di lapangan untuk membuat konten berita yang berbeda, tentu dengan persiapan yang matang sebelum melakukan liputan. Tidak hanya dari segi konten berita, tapi cara kemasannya pun juga harus berbeda dan menarik, karena televisi adalah sebuah show,” ujar Resa kepada Medcom.id.

Valentinus Resa merasa beruntung dapat bekerja di bidang yang sesuai dengan hobinya, yaitu olahraga, sehingga setiap tugas dijalani dengan penuh semangat. Menjelang ulang tahun ke-20 Metro TV, Resa berharap stasiun televisi tersebut terus konsisten menyajikan konten berita terbaik dan mencerdaskan bangsa.

"Harapan saya, Metro TV panjang umur dan bisa selalu menjaga konsistensinya sebagai tv berita terbesar di Indonesia," pungkasnya.

Salah satu ciri khas Valentinus adalah gaya komentarnya yang lucu namun mengandung sindiran tajam. Dalam beberapa cuplikan siaran, Resa kerap menyampaikan opini yang menyentil namun tetap dalam aliran jurnalistik. Hal ini membuat penyampaian konten berita terasa lebih hidup dan mengundang attensi. Gaya seperti ini menciptakan engagement yang tinggi dari audiens, terutama di media sosial. Strategi ini membantu membentuk persepsi publik terhadap dirinya sebagai presenter yang kritis dan jenaka.

Valentinus Resa, sebagai pembawa konten berita di MetroTV, memanfaatkan satire dengan gaya komunikasi yang menggabungkan humor dan kritik sosial sebagai strategi dalam membentuk *personal branding*. Penggunaan satire bukan hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai cara untuk menciptakan kesan tertentu, seperti intelektual, berani, dan relevan dengan isu-isu sosial. Satire dengan kata lain menjadi alat *impression management* yang digunakan Resa untuk mengarahkan bagaimana citra dirinya dibentuk dan diterima oleh publik.

Teori *impression management* atau manajemen kesan menjelaskan bagaimana Valentinus Resa menggunakan satire sebagai alat strategis untuk membentuk citra publik yang khas, yakni sebagai jurnalis yang kritis, cerdas, dan komunikatif. Satire yang Resa tampilkan di layar bukan sekadar gaya humor, melainkan bagian dari "panggung depan" (*front stage*) yang dikendalinya untuk menciptakan kesan profesional dan dekat dengan audiens, khususnya generasi muda. Satire dengan demikian berfungsi sebagai bentuk manajemen kesan yang

mendukung proses *personal branding*, di mana kesan yang konsisten dan positif secara perlahan membentuk citra publik yang kuat dan berkarakter.

Gambar 1. Satire Valentinus Resa Viral Di Medsos



Sumber : <https://jatim.tribunnews.com/>



Sumber : <https://solobalapan.jawapos.com/>

Keberanian Valentinus dalam menggunakan satire sempat menuai teguran dari organisasi masyarakat. Salah satu kasus terjadi ketika komentarnya dianggap menyinggung sensitivitas kelompok tertentu. Ormas Perisai Kebenaran Nasional

melayangkan protes terhadap gaya penyampaiannya yang dinilai melewati batas. Kasus ini menunjukkan bahwa penggunaan satire di media masih berpotensi memunculkan kontroversi. Presenter perlu berhati-hati agar kritik yang disampaikan tidak berubah menjadi polemik.

Ormas yang melayangkan somasi itu merasa terganggu dengan gaya satire Resa. *“Seorang host dari Metro TV yang dimana harus jelas saya ucapkan saya ajak jajaran Perisai Kebenaran Nasional generasi muda yang mempunyai adik di rumah atau saudara, host ini masih sangat rendah mutunya,”* kata pria yang diduga anggota ormas Perisai Kebenaran Nasional, dikutip Sabtu (5/4/2025) dari Instagram med soszone.

Anggota ormas tersebut menyebut ada dugaan narasi tersembunyi di balik penyampaian Valentinus, yang dianggap merusak moral konten berita nasional. Tidak hanya itu, ia menduga penyampaian konten berita oleh presenter Metro TV tersebut disengaja untuk membentuk opini tertentu di masyarakat. *“Diduga host ini hendak menjatuhkan pikiran orang-orang berdasarkan canda-canda penyiaran tapi tidak membangun,”* ujarnya sembari emosi.

Bahkan, ormas tersebut meminta Metro TV untuk tidak lagi menggunakan Valentinus sebagai host. Meski begitu, di tengah sorotan ini, Valentinus justru makin populer. Sejak tayangan Meet Nite Live dimulai 27 Maret 2025, akun Instagram-nya yang sebelumnya digembok kini telah tembus lebih dari 55 ribu pengikut.

Kontroversi tersebut justru semakin membuat Valentinus viral di media sosial. Banyak pengguna internet yang membelanya dan menganggap teguran

tersebut berlebihan. Video-videonya tersebar luas di TikTok, Instagram, dan platform lainnya dengan jutaan penonton. Popularitas yang diperoleh melalui kontroversi ini memperkuat citra personal Valentinus sebagai presenter yang berani dan beda. Fenomena ini menunjukkan bahwa *personal branding* juga dapat terbentuk dari respon publik terhadap isu viral.

Wakil Ketua Komisi III DPR, Ahmad Sahroni, menyatakan kesiapannya untuk membela Resa jika menghadapi proses hukum. Sahroni menilai bahwa informasi yang disampaikan Resa berasal dari media massa yang kredibel dan tidak melanggar aturan, serta gaya penyampaiannya merupakan bentuk kreativitas dalam jurnalistik yang disukai masyarakat. Ia juga mengingatkan bahwa kebebasan pers dijamin oleh Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, sehingga somasi tidak seharusnya digunakan sebagai alat untuk menekan pers.

"Isi beritanya juga baik, tidak hoaks, sara atau menghina individu. Lagipula kenyataannya pembawaan Valentinus kan banyak yang bilang tersebut kreatif dan informatif, masyarakat banyak yang suka. Jadi enggak usah lebay dan overreact begitu " ungkap Sahroni.

Valentinus menunjukkan konsistensi dalam gaya penyampaiannya di berbagai episode siaran. Resa tidak berubah-ubah dalam menampilkan karakter jenaka dan satirnya. Konsistensi ini penting dalam membangun citra diri yang autentik dan dapat dipercaya. Masyarakat cenderung menyukai tokoh media yang memiliki kepribadian yang konsisten. Ini menjadi dasar kuat dalam strategi *personal branding* yang ingin dibentuk.

Valentinus juga aktif di media sosial, memperkuat relasi dengan audiens di luar layar televisi. Resa sering berinteraksi dengan pengikutnya melalui komentar atau unggahan konten lucu. Aktivitas ini memperluas jangkauan citra pribadinya dan memperkuat keterhubungan dengan publik. Dengan memanfaatkan media sosial, *personal branding* yang dibentuk tidak hanya hidup di layar kaca, tetapi juga di dunia maya.

Topik-topik yang dibahas Valentinus selalu berkaitan dengan isu-isu yang relevan dan aktual. Resa menyampaikan kritik terhadap fenomena sosial yang sedang hangat di masyarakat. Relevansi topik menjadi kekuatan dalam menjaga keterlibatan audiens. Ketika presenter membahas hal-hal yang dekat dengan keseharian masyarakat, maka pesan lebih mudah diterima. Hal ini memperkuat posisinya sebagai figur publik yang responsif terhadap kondisi sosial.

Penampilan Valentinus yang sederhana dan tidak berlebihan juga mendukung strategi *personal branding* yang ingin Resa bangun. Resa tidak tampil glamor atau penuh formalitas, tetapi lebih dekat dengan keseharian masyarakat. Penampilan ini menambah kesan bahwa dirinya adalah bagian dari publik, bukan sosok elitis. Pendekatan visual ini memperkuat kesan autentik dan membumi. Dalam komunikasi visual, penampilan menjadi bagian penting dari citra diri.

Kasus viral yang dialami Valentinus membuka ruang diskusi tentang batas antara kritik, satire, dan penghinaan. Dalam dunia komunikasi, penting untuk membedakan ketiganya agar tidak terjadi kesalahpahaman. Kasus ini menjadi contoh konkret bagaimana gaya komunikasi bisa disalahartikan tergantung konteks dan penerimanya. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya konteks dalam strategi

penyampaian pesan. Ini menunjukkan bahwa *personal branding* juga memerlukan sensitivitas sosial.

Dampak viralitas yang dialami Valentinus menunjukkan bagaimana media sosial memperkuat atau menghancurkan citra seseorang. Dalam kasus ini, viralitas lebih banyak memberi dampak positif dalam bentuk dukungan publik. Dukungan ini menjadi bagian dari proses pembentukan citra yang berlangsung secara digital dan kolektif. Fenomena ini menandai pergeseran dalam pembentukan reputasi di era digital. Dengan demikian, *personal branding* kini tidak hanya dibentuk oleh diri sendiri, tetapi juga oleh publik.

Valentinus Resa hingga saat ini masih menjabat sebagai host untuk program *Meet Nite Live* di Metro TV. Meskipun gaya penyampaiannya sempat menuai kontroversi dan mendapat teguran dari Ormas Perisai Kebenaran Nasional, Resa tetap aktif di posisi tersebut. Banyak warganet yang memberikan dukungan penuh terhadap gaya penyampaiannya yang dianggap segar dan menghibur, meskipun ada sebagian pihak yang mengkritik pendekatannya. Hingga April 2025, Resa masih terus tampil sebagai host yang dinamis di acara tersebut.

Tanggapan publik terhadap Valentinus dapat menjadi indikator bagaimana masyarakat menilai keotentikan dalam penyampaian informasi. Masyarakat cenderung lebih menerima pesan dari figur yang dianggap jujur dan apa adanya. Kepercayaan publik ini adalah modal penting dalam dunia penyiaran. Oleh sebab itu, *personal branding* yang berhasil adalah yang mampu membangun dan menjaga kepercayaan audiens. Hal ini menjadi relevan dalam membahas kaitan antara satire dan kepercayaan publik.

Dalam membahas satire sebagai strategi *personal branding*, penting untuk memahami batas antara ekspresi dan etika. Valentinus menjadi contoh bagaimana ekspresi kreatif bisa menjadi kekuatan sekaligus risiko. Ketika ekspresi disalahartikan, maka branding yang dibangun bisa terguncang. Keseimbangan antara kebebasan dan tanggung jawab oleh karena itu menjadi tema penting dalam penelitian ini. Ini menyangkut persoalan moral dalam komunikasi publik.

Latar belakang ini mendasari pentingnya penelitian terhadap fenomena penggunaan satire dalam strategi *personal branding*. Penelitian ini berfokus pada bagaimana satire membentuk citra presenter dan memengaruhi persepsi publik. Studi kasus Valentinus Resa menjadi tolak ukur dalam melihat dinamika komunikasi media saat ini. Studi ini dapat menjadi bahan refleksi bagi praktisi media dalam mengembangkan gaya penyiaran. Maka, penelitian ini relevan dalam menjawab tantangan industri penyiaran modern.

Dengan menganalisis strategi komunikasi Valentinus Resa, penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai penggunaan satire dalam membentuk citra publik. Pendekatan ini dapat dijadikan rujukan dalam strategi *personal branding* di media massa. Penelitian ini juga membuka diskusi lebih luas mengenai peran media dalam membentuk opini dan citra. Hasil kajian diharapkan bermanfaat bagi akademisi, praktisi, maupun masyarakat umum. Topik ini oleh karena itu layak untuk dikaji secara mendalam dalam konteks keilmuan komunikasi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana penggunaan satire oleh Valentinus Resa dalam konten berita di MetroTV berperan sebagai strategi *personal branding* untuk membentuk citra publiknya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui “Bagaimana penggunaan satire oleh Valentinus Resa dalam konten berita di MetroTV berperan sebagai strategi *personal branding* untuk membentuk citra publiknya?”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi media dan *personal branding*. Dengan mengkaji penggunaan satire sebagai gaya komunikasi dalam konten berita, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman teoritis mengenai strategi komunikasi personal yang digunakan oleh figur publik di media massa. Selain itu, studi ini dapat menjadi referensi dalam mengembangkan teori mengenai hubungan antara gaya penyampaian pesan dan pembentukan citra publik di era media modern.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi praktisi media, khususnya presenter dan jurnalis televisi, mengenai penggunaan satire sebagai strategi komunikasi yang efektif dalam membangun citra diri di hadapan publik. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi lembaga penyiaran dalam mengelola konten berita yang informatif sekaligus menarik tanpa mengesampingkan etika jurnalistik. Bagi individu yang ingin mengembangkan *personal branding* melalui media, studi ini juga dapat menjadi panduan dalam memilih gaya komunikasi yang sesuai dengan karakter dan citra yang ingin dibentuk.

