FASHION AGNES MONICA PENDALAMAN "*SENSATIONISM*" (ANALISIS FENOMENOLOGI VIDEO CLIP *OVERDOSE*)

Heni Hayat[1]. Muzahid Akbar Hayat[2]

Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR [1]
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin [2]

heni.h@lspr.edu [1]
m.akbarhayat@gmail.com[2]

ABSTRAK

Analisis fenomenologi mengenai problematika Fashion Agnes Monica dalam video clip "Overdose" yang menunjukkan sisi sensationism. bertujuan untuk mengetahui mengenai fenomena yang sedang terjadi dilihat dari beberapa sisi, baik dari sisi penonton video, serta dari sisi psikolog dalam menyikapi video clip yang sudah rilis pada tanggal 13 September 2018. Dampak buruk yang akan terjadi mengenai fashion yang kurang sesuai pada nilai norma dan budaya Timur menurut orang Indonesia didaerah Jawa khususnya yang mengangkat mengenai adat kebiasaan serta sopan santun dalam berpakaian yang tetap dijaga, fenomena kali ini dilihat dari tingkat konsumen yang berbeda yang harus beradaptasi dengan situasi yang berbeda. Sensationism sering didefinisikan sebagai kemampuan untuk memprovokasi perhatian atau tanggapan dari publik, sesuatu yang diperoleh dengan cara sensasi-sensasi dapat merangsang emosi dari publik itu sendiri. Metode penelitian yang akan dilakukan pada penelitian kali ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan kajian fenomenologis dengan teknik analisis data menggunakan teknik wawancara, dokumentasi dan observasi nonpartisipan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sensasi ternyata sangat berpengaruh terhadap terkenalnya seseorang. Dalam lingkup Nasional sendiri Agnes Monica pada video overdose kurang disukai karena menampilkan sebuah tayangan pornoaksi yang tidak sesuai norma maupun nilai budaya yang diajarkan di Indonesia. Fashion yang tidak terlalu terbuka sangat digemari masyarakat Indonesia. Mengenai judgement tidak sedikit yang mengapresiasi dengan komentar positif akan tetapi hampir semua komentar negatif datang dari masyarakat Indonesia itu sendiri. Control bersahabat dengan anak-anak perlu dilakukan. Indonesia perlu generasi bangsa yang cerdas, baik, bermoral, nasionalis sehingga budaya Indonesia sendiri dapat dijaga dengan baik meskipun sudah berada di ranah Internasional.

Kata Kunci: *Fashion;Fenomenologi;Seni;Video;Sensationism.*

PENDAHULUAN

Lagu Overdose yang sebenarnya rilis pada tanggal 27 Juli 2018 dan telah mengunggah video clip pada tanggal 13 September 2018 yang akhir-akhir ini viral dan sedang hangat-hangatnya diperbincangkan di media massa maupun media sosial, menjadi sorotan utama dan mendunia. Lagu *Overdose* ciptaan Agnes Monica yang berkolaborasi dengan Chris Brown dan bekerja sama dengan Label 300 entertaintment New York rekaman Amerika yang didirikan oleh lyor cohen, roger gold, kevin liles, todd moscowitz, dari tahun 2012 dengan menampung musik lintas genre ini telah berhasil menjadi tranding pertama di youtube, serta menduduki posisi pertama di iTunes Indonesia, Spotify, joox dan di *digital music platform* lainnya. Faktanya lagu kedua Agnes Monica berkolaborasi dengan Chris Brown ini belum masuk pada bill board chart namun sudah sangat viral perihal videonya yang dianggap sangat vulgar oleh beberapa masyarakat Indonesia. Meneliti mengenai fashion dari sosok Agnes Monica, menjadi daya tarik tersendiri, membuat kajian kali ini lebih menarik jika diteliti lebih mendalam.

Perlu diketahui bahwa Youtube menjadi salah satu dari beberapa sosial media yang mampu dengan cepat membagikan video diseluruh dunia dan dapat dilihat oleh siapapun yang mengaksesnya. Selain itu Instagram juga merupakan sosial media yang sangat kekinian dan menampilkan foto maupun video yang menurut pengunggah konten tersebut sangat bagus. Kemajuan sosial media saat ini jelas memiliki dampak positif dan negatif terhadap publik serta pengguna sosial media sendiri. Sebagaimana contoh pada video clip yang di buat oleh Agnes Monica yang berkolaborasi dengan Chris Brown ini menjadi viral ketika di upload ke sosial media Youtube serta akun Instagram resmi milik mereka. Berkaitan dengan pro dan kontra yang sedang terjadi di masyarakat mengenai konten video clip

dari overdose yang sebenarnya memiliki tujuan tertentu dibuatnya suatu karya yang fenomenal tersebut, peneliti tertarik melihat fenomena yang ada seputar fashion yang dipakai, pro kontra di masyarakat, serta sensasi yang dibuat.

Analisis fenomenologi berkaitan dengan studi tentang makna, analisis kali ini bermaksud mempelajari pengalaman dari sudut pandang seseorang yang mengalaminya secara langsung (Kuswarno, 2009:10) juga prediksi terhadap tindakan dimasa yang akan datang, terkait pembahasan dan bersumber dari bagaimana dilihat dari beberapa sisi yaitu dari sisi penonton video clip, serta dari sisi psikolog dalam menanggapi fashion dalam video clip Overdose tersebut.

Agnes Monica sendiri merupakan artis Indonesia yang sukses dibidang tarik suara, akting, sampai presenter sekaligus, dengan kegigihan Agnes Monica meraih cita-citanya sejak kecil mengantarkan pada kesuksesannya hingga saat ini, hingga memiliki penghargaan terbanyak di Indonesia. Namun mengenai fashion dari Agnes Monica sendiri sangat banyak yang mengkritisi, dan memberikan masukan. Pada MV kali ini Agnes Monica juga memberikan kejutan kepada penonton MV miliknya dengan mengadopsi gaya kebarat-baratan yang banyak menimbulkan pro-kontra di masyarakat. Dengan tujuan disamakan profesionalitasnya dengan artis papan atas setaraf Internasional lainnya, serta memperkenalkan brand name nya agar tetap diingat publik, hal ini melatar belakangi keinginan Agnes Monica agar tetap berada di atas kepopularitasan tidak hanya naik turun. Dalam artian tidak viral sebentar terus redup lagi akan tetapi harus ada peningkatan dalam apa yang di berikan kepada publik sebagai sosok terkenal yang juga melek fashion.

Berkaitan dengan kajian analisis fenomenologi yang sudah pernah dijadikan sebuah penelitian mengenai fashion, gaya hidup, maupun makna iklan, beberapa jurnal berikut menjadi jurnal terdahulu sebelum jurnal ini dibuat dengan menggunakann metode analisis yang sama yaitu dengan analisis fenomenologi, namun dengan pembahasan yang berbeda seperti jurnal milik Domikus Isak Petrus Berek yang telah melakukan penelitian dan dikemas dalam jurnal berjudul "Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sub Budaya (Kajian Fenomenologis Terhadap Komunitas Street Punk Semarang)" yang juga menggunakan metode Fenomenologi serta menghasilkan suatu pembahasan punk di Kota Semarang mengalami peningkatan, mengalami stagnasi pergerakan, tidak hanya musikalitas akan tetapi melakukan aktifitas politik yang divisualisasikan lewat tubuh yang "anti kemapanan" dan "anti penindasan". Terpengaruh kapitalisme, dan semangat punk pada generasi sebelumnya diserukan seolah melekat dengan street punk yang ada di Semarang saat ini.

Jurnal selanjutnya dari Silvi Mefita, Much Yulianto yang telah melakukan penelitian dan dikemas dalam jurnal berjudul "Fenomena Gaya Hidup Selebgram (Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin)" yang juga menggunakan metode Fenomenologi serta menghasilkan suatu pembahasan menunjukkan bahwa kelima informan merupakan pengguna aktif media sosial Instagram dan mengetahui segala konten dan pemberitaan fenomena gaya hidup selebgram Awkarin. Ada pula jurnal dari Hadiono Afdjani yang telah melakukan penelitian dan dikemas dalam jurnal berjudul "Makna Iklan Televisi (Studi Fenomenologi Pemirsa di Jakarta Terhadap Iklan Televisi Minuman Kuku Bima Energi Versi Kolam Susu)" yang juga menggunakan metode Fenomenologi serta menghasilkan suatu pembahasan citra merek "Kuku Bima Energi" identik dengan manfaat produk yang dirasakan atas pengalaman masing-masing informan, bukan karena iklan versi "Kuku Bima Energi" kolam susu. meskipun tujuan beriklan bagus, memperkenalkan atau mempromosikan pesona alam Nusa Tengara Timur sebagai tujuan pariwisata masyarakat.

pembahasan mendalam tentang analisis fenomenologi dalam ranah keilmuan, bermaksud mempelajari pengalaman dari sudut pandang seseorang yang mengalaminya secara langsung. Penelitian sejenis tersebut akan dijadikan sebagai pedoman dalam penelitian yang akan dilakukan kali ini, sehingga penelitian Fashion Agnes Monica Pendalaman "Sensationism" Analisis Fenomenologi Video Clip Overdose akan mengacu dari beberapa penelitian dengan teori serupa tersebut, yang akan dijadikan bahan pembanding untuk penelitian yang akan diangkat. Penelitian ini sangat diharapkan dapat memperkaya maupun memperluas tema suatu penelitian sangat diharapkan bahwa akan bermunculan penelitian kebahasaan yang lebih aplikatif serta sangat ramah terhadap situasi dan peristiwa-peristiwa sosial yang terjadi di dalam kehidupan masyarakat sehingga dapat menjadi sebuah solusi dari berbagai permasalahan yang ada di masyarakat itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian kali ini mengenai video clip lagu Overdose miliknya yang berkolaborasi dengan Chris Brown yang sangat menuai sensational dan sedang menjadi perbincangan di media massa maupun media sosial, dengan menganalisis dari sisi fashion yang dipakai Agnes Monica dalam video clip tersebut. Jenis penelitian kali ini memakai penelitian kualitatif dengan menggunakan metode fenomenologi mempelajari pengalaman dari sudut pandang seseorang yang mengalaminya secara langsung (Kuswarno, 2009:10) dengan mengidentifikasi berbagai

 E-ISSN : 2686-178X

macam fenomena yang ada dari berbagai macam sisi yaitu dari sisi penonton video clip Laili, Zul, Yesi, Rahayu, Nisa, Putri, Anggi, Aini, serta dari sisi psikolog anak Kak Seto Mulyadi, dalam menanggapi fashion dalam video clip Overdose tersebut. Proses penelitian kali ini mengumpulkan data dengan teknik analisis data menggunakan teknik wawancara, dokumentasi dan observasi nonpartisipan, yaitu dengan mengamati dan tidak terlibat langsung di dalam proses pembuatan video clip tersebut, menganalisis data sesuai apa yang diterima dan diamati. Penelitian ini dilakukan secara deskriptif untuk mengidentifikasi fenomena yang eksis di masyarakat (Wimmer & Dominick, 2006:152) dan untuk menggambarkan isi media (Weerakkody, 2009:144) dengan mengumpulkan informasi mengenai gejala yang ada menurut keadaan pada saat penelitian dilakukan (Arikunto, 2006: 54)

PEMBAHASAN

Tren fashion sendiri dapat berupa mode pakaian atau perhiasan yang populer selama waktu tertentu seiring dengan mengikuti perkembangan zaman, bisa berupa inovasi baru dan juga bisa kembali seperti zaman dahulu, intinya budaya fashion tetap terus berputar dari zaman ke zaman, keindahan, gaya, maupun style terus mengalami perubahan dari masa ke masa, itulah fenomena dalam fashion. Popularitas sendiri dapat menjadi salah satu fungsi dari tren fashion, status sosial dan ekonomi pada masyarakat sangat berkaitan erat dengan fashion yang dipakai. Fashion sendiri memiliki tren setiap masanya, berbicara mengenai tren fashion yang ada, tidak pernah terlepas dari banyak budaya-budaya baru yang tercipta.

Seputar fashion di Indonesia, sangat berkembang pesat dilihat dari beberapa dekade terkahir bahwa fashion memasyarakat dan fashion sangat digemari masyarakat Indonesia. Mengenai kiblat fashion saat ini mengarah pada Amerika yang sangat update mengenai fashion. Di Indonesia sendiri kebanyakan fashion dari benua Eropa sangat diminati, desain yang sederhana dan klasik menjadi daya tarik tersendiri dari warga Indonesia. Terkait fashion (Gutman and Mills, 1982) menjelaskan bahwa *fashion lifestyle* merupakan sikap konsumen, dan berkaitan dengan pembelian produk *fashion* dan memberikan efek terhadap minat pembeli.

Seperti yang dilakukan Agnes Monica dalam berbagai ajang yang menunjukkan performnya dengan menggunakan *style fashion* yang sangat menarik perhatian penonton.





Beberapa penampilan saat perform dari Agnes Monica

Tidak dapat dipungkiri mengenai dampak dari media massa dan media sosial terhadap masyarakat, termasuk trend fashion sendiri. Media massa, internet, media sosial, selalu menyajikan informasi termasuk, informasi seputar dunia fashion. Dunia Entertainment pun juga merupakan salah satu faktor yang sangat besar dalam menyebarluaskan trend fashion kepada masyarakat. Belakangan ini, sudah banyak media yang menyajikan beragam informasi menarik tentang dunia fashion di Indonesia, sehingga potensi mengenai fashion masa yang akan datang di Indonesia dapat terus berkembang. Untuk mendalami mengenai fashion yang ada di masyarakat berikut rata-rata jawaban mengenai fashion menurut pandangan publik atau penonton.

Mengenai fashion seberapa paham anda dengan trendfashion.??	Mengenai Agnes Monica, dalam pandangan secara menyeluruh bagaimana fashion yang ia pakai selama ini..??
karena biasa pakai fashion yang biasa-biasa saja dan nyaman sehingga tidak begitu faham dengan trend fashion, baik trend fashion lokal maupun internasional, atau mungkin jarang mengikuti sehingga hanya sekedar tau.	trend yang digunakan agnes selalu kekinian dan modern western, vulgar nya dia masih enak diliat, karena sudah go internasional, tentunya ia juga harus mengcover dirinya sebaik mungkin, menyesuaikan dengan fashion internasional. Apabila diukur dari budaya Indonesia, tidak

 E-ISSN : 2686-178X

	cocok dengan budaya kita, sedikit tabu.

Fashion dari sisi publik sendiri menganggap bahwa, fashion merupakan suatu hal yang biasa ditemui sehari-hari, namun karena faktor kurang mengikuti trend fashion, sehingga masyarakat tidak begitu faham dengan trend fashion lokal maupun internasional itu sendiri. Masyarakat di Indonesia masih lebih memilih memakai fashion yang biasa-biasa saja dan nyaman untuk dipakai sehari-hari dari pada terlalu mengikuti trend fashion saat ini.

Pandangan terhadap fashion Agnes Monica secara menyeluruh, publik masih banyak yang menerima dilihat dari segi ranah konsumen yang dituju karena sudah go Internasional, dan sedikit yang menentang mengenai fashion yang dipakai Agnes Monica, karena berpandangan terhadap sosio budaya Indonesia yang ketimuran dan mengangkat nilai sopan santun.

Product market sendiri atau pasar dengan kebutuhan yang sama dan dengan menawarkan cara-cara serupa dalam memuaskan kebutuhan, meliputi kebutuhan konsumen, tipe konsumen, area geografis dan tipe penduduk (Perreault, Mc Carthy: 2005) sangat diperhatikan oleh Agnes Monica dalam meningkatkan kepopularitasannya dalam ranah Internasional. Dalam pemasaran juga harus mengutamakan sosio budaya. Nilai budaya sendiri, menjadi dasar diterima atau tidaknya tontonan yang diberikan. Seperti tanggapan dari Kak Seto Mulyadi selaku psikolog anak yang memberikan jawaban mengenai trend fashion.

Berhubungan dengan trend fashion yang dipakai publik termasuk anak-anak juga kak.. Bagaimana pendapat kak Seto sebagai ahli psikologi anak kak..??	Menanggapi fashion kak Agnes dari sisi seni yang ditampilkan.. Apakah kak Seto melarang anak-anak untuk menirukan atau bagaimana kak..??
Mengenai fashion busana dengan segala macamnya harus mengandung isi antara lain pendidikan, etika, estetika, dimana nilai etika tersebut seperti sopan santun, positif, tidak mengarah pada pornografi, pornoaksi, estetika keindahan sendiri juga harus terdapat nilai-nilai budaya Indonesia, nasionalisme, artinya tidak menyimpang dari ketentuan	Kalo itu tidak sesuai nilai budaya, jangan diikuti, kalo sekedar meniru menggunakan sesuatu yang tidak sepantasnya jangan dilakukan, tetap dilihat etika, pendidikan, dan nasionalismenya

Pernyataan dari kak Seto sendiri mengenai tren fashion harus mengandung isi antara lain pendidikan, etika, estetika, dimana nilai etika tersebut seperti sopan santun, positif, tidak mengarah pada pornografi, pornoaksi, estetika keindahan sendiri juga harus terdapat nilai-nilai budaya Indonesia, nasionalisme, artinya tidak menyimpang dari ketentuan. Ketika sesuatu yang tidak sesuai dengan nilai-nilai tersebut muncul, maka harus dihindari, jangan diikuti, jangan ditiru, dan jangan dilakukan, karena hal tersebut dapat berdampak negatif.

Nama Agnes Mo sebagai brand dari Agnes Monica itu sendiri, brand tidak lepas dari nama, simbol, desaign atau sesuatu yang menjadi identitas suatu produk atau jasa perusahaan maupun seseorang itu sendiri (Soemanagara, 2006) Suatu brand dapat dikatakan sukses apabila unik dibenak customer atau publik (Kottler & Pfoertsch, 2008)



Screenshot berita dari www.cnnindonesia.com



Gambar cover depan single Overdose

Sensasi yang dibuat oleh Agnes Monica sering membuat publik bertanya-tanya, banyak pro dan kontra yang terjadi ketika Agnes Monika membuat sensasi baru. Menurut Agnes Monica sendiri mengenai lika liku dunia entertainment dia tidak mau menjadi penyanyi yang hanya wah sebentar seperti efek dari sebuah soda yang setelah wah keatas setelah itu redup. Akan tetapi dia ingin karirnya di dunia entertainment ini terus meningkat dan tetap menjadi *trendsetter* dimata dunia. Seperti pada berita yang dirilis pada bulan juni tersebut yang membuat kabar mengenai hubungan yang dibuat oleh Agnes Monica dalam project Mvnya bersama Chris Brown yang sangat sensasional dan membuat banyak orang penasaran akan hubungan kedekatan mengenai Agnes Monica dengan Chris Brown tersebut.

Sensationism sendiri sangat berfokus pada indera. Sensationism juga sering didefinisikan sebagai kemampuan untuk memprovokasi perhatian atau tanggapan dari publik. (lih.Grabe,zhou,& Barnett, 2001: 635-655) sensatio bisa diartikan juga merasa, sesuatu yang diperoleh dengan cara sensasi-sensasi. Sensasi dapat membuat publik gempar karena sensasi dapat merangsang emosi dari publik itu sendiri. Seperti sensasi yang ditampilkan oleh Agnes Monica dalam video clip atau Music Video yang telah ditonton oleh publik, video di youtube tersebut sudah ditonton sampai 9,3 juta kali, hal ini membuat video menjadi tranding pertama di youtube. Seperti yang telah dipaparkan kak Seto sendiri mengenai sensasionsm.

sensasionism mencari sensasi-sensasi saja, asal rame-rame, hingar bingar, tidak mengarah kepada hal positif, hanya mengarah pada hal negatif berlawanan dengan pendidikan, etika, estetika, nasional,dan akar budaya itu sendiri

Video overdose tersebut menimbulkan berbagai jawaban dari publik. Berikut rata-rata pernyataan dari publik mengenai fashion Agnes Monica dalam video overdose miliknya.

Bagaimana menurut anda mengenai fashion yang agnesmonica pakai pada video clip OVERDOSE..??	Apakah anda menikmati video tersebut..??
sebenernya untuk ukuran MV barat itu sudah bagus konsepnya harus begitu karena tema dari lagunya juga menuntut dia memakai pakaian seperti itu. tapi mungkin kalo di Indonesia itu masih sedikit berlebihan. Menurut orang timur sebagian mengatakan bahwa itu kurang baik, terlalu vulgar, bisa berdampak buruk jika anak-anak melihat video tersebut dan memperhatikan fashion Agnes Mo. Bisa saja mereka meniru cara berpakaiannya. Padahal belum pantas mereka menggunakan pakaian seperti itu. tetapi kembali lagi bahwa ia sudah menjadi artis internasional yang juga sudah mengharumkan nama bangsa, fasion baginya penyesuaian ia terhadap jenjang karirnya. Disisi lain mungkin Agnes berfikiran dia ingin meningkatkan populeritasnya	sangat menikmati, akan tetapi lebih ke lagunya lagunya cukup asik. Karena agak kurang terbiasa sehingga tidak terlalu menikmati. Hanya suka saja terhadap dedikasi dan perjuangan ia merilis singel tersebut dan bisa duet bareng Chris Brown, krna itu bukan hal yg mudah, itupun ia masih mendapatkan cacian dari fans Chris Brown yang mengatakan bahwa Agnes gak cocok duet dengannya. Sebenarnya dibuat vulgar seperti itu kaitannya dengan seni, tetapi tidak dapat memahami apa sebenarnya pesan yang disampaikan dalam video itu selain s*x Tapi kalo dari subjektifitas pribadi sebagai seorang muslim dan WNI video itu menurut pribadi tidak ada pesan moralnya karena tidak sesuai dengan ajaran agama dan budaya bangsa kita

Fashion Agnes Monica dalam music video overdose menurut publik sendiri untuk ukuran MV barat konsep dan tema dari video cukup bagus karena menyesuaikan liric dari lagu juga mengarah kepada hal tersebut serta konsumen yang dituju,

akan tetapi menurut orang timur sebagian mengatakan bahwa itu kurang baik, terlalu vulgar, bisa berdampak buruk jika anak-anak melihat video tersebut dan memperhatikan fashion Agnes Mo. Fasion baginya penyesuaian ia terhadap jenjang karirnya. Disisi lain mungkin Agnes berfikiran dia ingin meningkatkan populeritasnya.

Mayarakat Indonesia khususnya, kurang menikmati video yang sebenarnya sebuah seni yang di tampilkan dalam video dan merasa terganggu akan adegan yang ditampilkan, akan tetapi masyarakat Indonesia sangat menikmati lagu yang dibawakan karena memiliki nada yang asik untuk didengarkan. Masyarakat sangat mengapresiasi terhadap usaha yang telah dilakukan Agnes Mo hingga dapat menembus kancah internasional. Masyarakat tidak dapat memahami apa sebenarnya pesan yang disampaikan dalam video itu selain pornoaksi. Tetapi ketika dilihat dari sudut pandang sebagai seorang muslim dan WNI video itu tidak ada pesan moralnya karena tidak sesuai dengan ajaran agama dan budaya bangsa Indonesia.

Bahaya dari sensationsm sendiri dapat mengarah kepada sifat autism dimana keadaan atau pendirian atau sikap hidup orang terserap oleh gagasan, pemikiran, pendirian, kehendak, dan gaya hidup itu sendiri Hal ini juga di kritisi oleh kak Seto Mulyadi sebagai pakar psikologi.

Mengenai viralnya video clip dari lagunya kak Agnes Monica yang berjudul overdose.. Yang videonya juga sering ditonton anak-anak di bawah umur, bagaimana menurut kak seto..??	Dilihat dari sisi psikologi, menurut kak Seto fashion yang dipakai kak Agnes Monica pada video ini dampaknya akan seperti apa ke masyarakat khususnya ke anak-anak kak..??
Intinya jika sudah tidak sesuai, menampilkan bagian-bagian seperti auratnya, harus dihindari, dijauhkan. sebagai akademisi hal seperti itu, harus di kritisi, bukan hanya pendidikan, etika, estetika, nasionalismenya	Anak anak ini peniru terbaik, anak-anak sangat mudah menirukan sesuatu yang viral, dampak tokoh selebritis yang kurang baik maka akan tidak baik pula, jadi model yang ditiru berdampak kepada psikologi manusia, pola perilakunya terlalu bebas, sehingga akan kehilangan rasa nasionalismenya

Video yang sering ditonton anak-anak dibawah umur dapat berpengaruh terhadap perilaku anak, Intinya jika sudah tidak sesuai, menampilkan bagian-bagian seperti auratnya, harus dihindari dari anak-anak, dijauhkan dari anak-anak. Peran orang tua pun sangat penting jika didalam rumah, peran guru juga sangat penting jika disekolah.

Fashion yang dipakai Agnes Monica pada video terssebut diilihat dari sisi psikologi akan berdampak kepada psikologi manusia, pola perilakunya terlalu bebas, sehingga akan kehilangan rasa nasionalismenya. Anak anak ini peniru terbaik, anak-anak sangat mudah menirukan sesuatu yang viral, dampak tokoh selebritis yang kurang baik maka akan tidak baik pula, sehingga harus dicegah sejak dini jangan sampai anak-anak teracuni tayangan yang tidak sepantasnya ditonton.

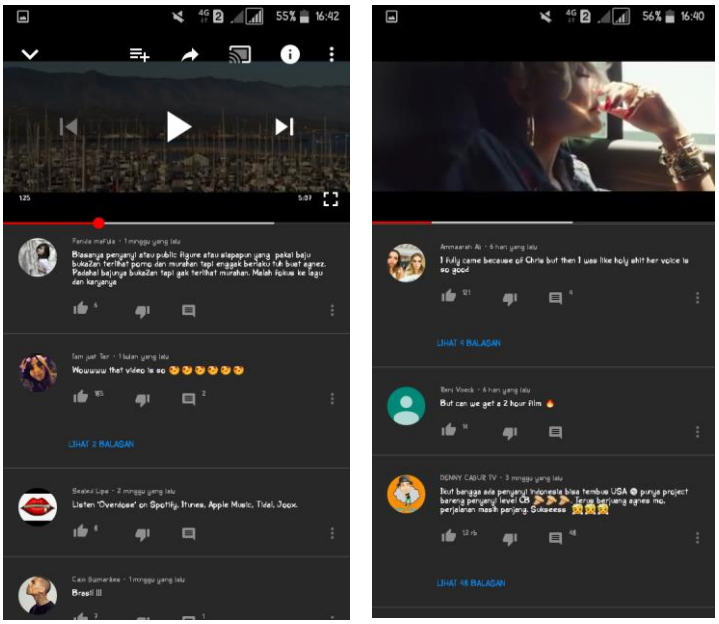
Sebenarnya mengenai peningkatan sebuah *brand awarness* tidak hanya tergantung pada *brand identity* saja, namun juga seberapa sering mengiklankan atau memperkenalkan ke publik, seberapa mudah diingatnya brand, seperti apa pencapaian selama ini. Brand identity mengenai cara strategi marketing perusahaan tersebut dalam membranding perusahaan. Marketing dibidang peluang pemasaran ini sangatlah perlu, dikarenakan pusatnya dari iklan suatu produk agar banyak diminati harus memastikan tepat tidaknya suatu barang tersebut di iklankan di lingkungan tersebut, ada sesuatu yang harus diperhatikan dan ada sesuatu yang harus di waspadai serta dianggap penting. Semakin tinggi pemahaman pada identitas sebuah merek akan mendorong meningkatnya *brand awareness* atau kesadaran terhadap brand.

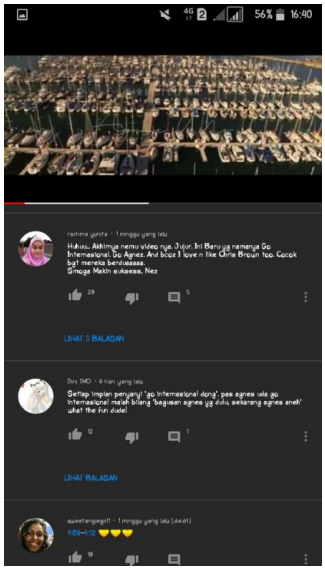
Agnes Monica sebagai artis yang sudah bertaraf internasional sangat memperhatikan mengenai brand name, brand identity dan pangsa pasar yang seharusnya dituju, karena berada di dunia entertainment bertaraf internasional Agnes Monica menempatkan dirinya agar diterima oleh masyarakat seluruh dunia, dan agar tidak kalah saing dengan artis internasional lainnya yang selalu memberikan sesuatu yang baru dan juga terdapat sensasi yang dibuat. Dibandingkan dengan MV Love me like you do milik Ellie Goulding yang menampilkan cuplikan pornografi dan pornoaksi, MV milik Agnes Monica ini masih tidak terlalu vulgar dalam artian masih tidak terlalu parah mengenai konten, dilihat dari sisi seni yang ditampilkan dalam video. Terlepas dari hal tersebut tetap terdapat pro dan kontra pada publik hal ini muncul pada kolom komentar di akun Youtube dan akun milik Agnes Mo itu sendiri.

E-ISSN : 2686-178X



Screenshot komentar positif terhadap single lagu overdose dari akun instagram resmi milik Agnes Monica yang memberikan support



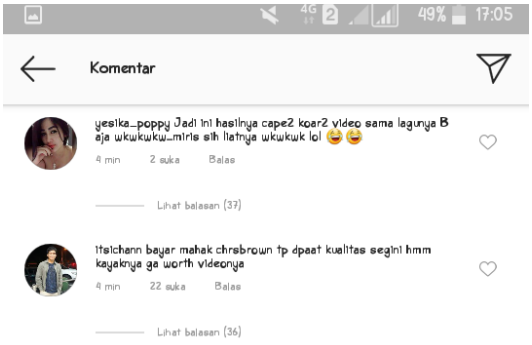




Screenshot komentar positif terhadap single lagu overdose dari akun youtube yang memberikan support

.





E-ISSN : 2686-178X



Screenshot komentar negative terhadap single lagu overdose dari akun instagram resmi milik Agnes Monica

Banyak judgement yang dilontarkan netizen terhadap karya anak bangsa, terdapat pula komentar dari akun yang tidak terima jika idolanya diberi komentar jelek, akan tetapi dia balik memberikan komentar yang kurang bagus saat dibaca. Mendalami hal ini, menurut pendapat kak Seto Mulyadi mengenai judgement yang dilakukan oleh masyarakat yang langsung mengutarakan ketidaksukaannya dengan komentar negatif yaitu sebagai berikut.

Tetap disampaikan dengan santun, mengajak kepada nilai-nilai kebudayaan sesuai agama dan budaya.

Rata-rata pernyataan masyarakat yang diwawancarai mengenai cara mengatasi dampak negatif dari MV overdose milik Agnes Monica sebagai berikut.

Apabila berdampak negatif, bagaimana cara mengatasi hal tersebut..??
Negatif positifnya tergantung yang melihat, sebenarnya MV Agnes Monica selalu bagus, tapi tidak untuk anak-an ak, bagusnya buat orang dewasa saja, dengan menganggap hal itu sebagai seni dan masih dalam batasan, kita sebagai penikmat jangan menganggap hal tabu menjadi sesuatu hal yg dibiasakan. Kembali ke awal lagi, kalau batasan music video ya sekiranya terlalu berlebihan orang tua disini yang harus berperan mengawasi anak-anak agar tidak melihat tontonan seperti itu sebelum cukup umur. Ini tidak cocok untuk masyarakat Indonesia sepertinya. Cara mengatasi dampak tersebut ya jangan ditonton cukup dengerin lagunya jika suka dengan Agnes Mo

Cara mengatasi dampak negatif dari video overdose dengan menganggap hal itu sebagai seni dan masih dalam batasan, batasan music video yang sekiranya terlalu berlebihan orang tua disini yang harus berperan mengawasi anak-anak agar tidak melihat tontonan seperti itu sebelum cukup umur. Untuk yang sudah dewasa namun belum bisa mengkontrol dirinya, cukup mendengarkan lagunya saja jika suka dengan Agnes Monica.

Pesan dari kak Seto untuk masyarakat Indonesia khususnya untuk anak-anak Indonesia menanggapi perkembangan zaman yang segala hal dapat diakses dengan mudah dan judgement yang dengan mudahnya disampaikan oleh publik.

Ibarat sebilah pisau bisa positif jika digunakan dengan baik dan benar, bisa negatif kalau digunakan dengan tidak benar, dalam artian positif kalau dilakukan untuk berkarya, bisa negatif jika merusak, positifnya komunikasi bisa cepat, mendapat informasi, disisi lain akan berdampak negatif bila mengkonsumsi pornografi, radikalisme, pornoaksi. Sehingga perlu control pendidik sebagai guru kepada muridnya, orang tua kepada anak-anaknya, sehingga harus ada persahabatan antara orangtua dengan anak, guru dengan murid, dalam mendidik tidak harus di bentak, di pimpin, di tuntut, akan tetapi menjadi teladan, anak dapat meneladani sikap, dan perbuatan baik yang dilakukan. bersahabat dengan anak-anak, anak Indonesia diharapkan menjaga budaya, etika, nasionalisme dalam segala hal

Menghadapi perkembangan zaman yang semakin hari semakin mengkhawatirkan, sebenarnya perlu control pendidik sebagai guru kepada muridnya, orang tua kepada anak-anaknya, sehingga harus ada persahabatan antara orangtua dengan anak, guru dengan murid, dalam mendidik tidak harus di bentak, di pimpin, di tuntut, akan

tetapi menjadi teladan, anak dapat meneladani sikap, dan perbuatan baik yang dilakukan. Bersahabat dengan anak-anak perlu, anak Indonesia diharapkan menjaga budaya, etika, nasionalisme. Sehingga dari dalam diri pribadi anak-anak sendiri akan sadar bahwa hal buruk tidak perlu dicontoh dan hal baik yang harus terus menerus dilakukan sehingga moral dan sikap anak tetap terjaga dan tetap diingat sampai kapanpun juga. Hal ini perlu ditekankan karena Indonesia perlu generasi bangsa yang cerdas, yang baik, yang bermoral, yang nasionalis sehingga budaya Indonesia sendiri dapat dijaga dengan baik meskipun sudah berada di ranah Internasional.

KESIMPULAN

Sensasi ternyata sangat berpengaruh terhadap terkenalnya seseorang. Agnes Monica ingin karirnya di dunia entertainment ini terus meningkat dan tetap menjadi *trendsetter* dimata dunia. Dalam lingkup Nasional sendiri Agnes Monica pada video overdose kurang disukai karena menampilkan sebuah tayangan pornoaksi yang tidak sesuai dan melenceng dari norma maupun nilai nilai budaya yang diajarkan di Indonesia menurut masyarakat sendiri, akan tetapi mengenai fashion yang tidak terlalu terbuka sangat digemari masyarakat Indonesia karena pakaian yang terlalu terbuka maupun tontonan yang kurang pantas dipertontonkan dapat berdampak kepada psikologi manusia itu sendiri. Mengenai judgement atau komentar dari para netizen ternyata tidak sedikit yang mengapresiasi dengan komentar-komentar positif akan tetapi hampir semua komentar negatif datang dari masyarakat Indonesia itu sendiri.

SARAN

Menghadapi perkembangan zaman yang semakin hari semakin mengkhawatirkan, sebenarnya perlu control pendidik sebagai guru kepada muridnya, orang tua kepada anak-anaknya. Bersahabat dengan anak-anak perlu, karena anak Indonesia diharapkan menjaga budaya, etika, nasionalisme. Indonesia perlu generasi bangsa yang cerdas, yang baik, yang bermoral, yang nasionalis sehingga budaya Indonesia sendiri dapat dijaga dengan baik meskipun sudah berada di ranah Internasional. Kurangi berkomentar negatif, lihat sisi positifnya, dan dukung terus warga Indonesia yang mengharumkan nama bangsa Indonesia dikancah Internasional.

Menyikapi seseorang yang berkarier di ranah Nasional maupun Internasional seharusnya tetap menjaga apa yang telah seharusnya dijaga, karena sebuah brand identity juga tidak akan lepas dan jauh dari mana kita berasal, dalam arti ketika kita membawa nama Indonesia kekancah Internasional sebaiknya membawa pula nama baik Indonesia sebagai bangsa berbudaya dan menjunjung tinggi mengenai kesopanan dengan mengkonsep sesuatu dengan elegan. Sehingga Indonesia lebih dikenal dengan baik lagi dalam ranah Internasional. Tetap semangat dalam berkarya dan tampilkan nilai-nilai budaya yang semestinya dimiliki oleh Indonesia.

REFERENSI

Afdjani, Hadiono. (2010). *Makna Iklan Televisi Studi Fenomenologi Pemirsa di Jakarta Terhadap Iklan Televisi Minuman Kuku Bima Energi Versi Kolam Susu.* Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 8 No 1

Arikunto, Suharsimi. (2006). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rhineka Cipta

Grabe, M.E., Zhou. (2001). *Explicating sensationalsm in television news: Contend and the bells and whistles* of form Journal of Broadcasting & Electronic Media

Gutman. J. & Mills, M.K. (1982). *"Fashion Life Style, Self-Concept, Shopphing Orientation, And Store Patronage: An Integrative Analysis",* Journal of Retailing, Vol.58 No. 2

Isak, Domikus. (2014). *Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sub Budaya Kajian Fenomenologis Terhadap Komunitas Street Punk Semarang.* Jurnal interaksi, Vol. III No. 1

Kennedy, Soemanagara. (2006). *Marketing Communication-Taktik dan Strategi*. Jakarta:PT Buana Ilmu Populer

Kuswarno, Engkus. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi, Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian.* Bandung: Widya Padjadjaran

Kottler, Philip & Waldeermar Pfoertsch. (2006). *B2B Brand Management*. Berlin:Springer

Mefita, Silvi. (-). *Fenomena Gaya Hidup Selebgram Studi Fenomenologi Selebgram Awkarin.* jurnal

Perreault, Mc Charthy. (2005). *Basic Marketing: A Global Managerial Approach*

Weerakkody, N. (2009). *Research Methods for Media and Communication.* South

E-ISSN : 2686-178X

Melbourne, victoria, Australia: Oxford University Press

Wimmer, R. D. & Dominick, J. R. (2006). *Mass media Research: An Introduction* (8 th ed.). Belmont, CA: Thomson Wadsworth