

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Penelitian berikut berfokus pada pengaruh *Personal Branding* aktor Abidzar Al Ghifari terhadap minat menonton generasi muda terhadap film “Business Proposal” versi Indonesia di netflix. Penelitian berikut dilaksanakan guna melihat bagaimana pengaruh *personal branding* aktor Abidzar bisa mempengaruhi minat menonton generasi muda. *Personal branding bisa* dibentuk guna menyesuaikan keinginan kita untuk tampil dalam khalayak Masyarakat. *Personal Branding* dibentuk agar Masyarakat memandang individu secara berbeda dan unik. *Personal Branding* berfungsi selaku usaha individu guna membentuk kemampuan, spesialisasi serta citra diri yang dimiliki individu. (Nyoman 2021, P.77).

Cara individu memperlihatkan dirinya kepada orang lain dan bagaimana mereka ingin dilihat orang adalah *personal branding*. Ilmuwan sosial berpendapat bahwasannya selain membantu mendefinisikan siapa kita, komunikasi dengan khalayak bisa menciptakan hubungan (Adler 2018, P.28). Kemajuan teknologi serta informasi kita perlu membangun *Personal Branding* yang mempunyai kendali terhadap sudut pandang individu terhadap diri sendiri, yang bisa mempengaruhi Keputusan orang lain dalam pendapat mereka (Ardiansyah1 & Sinduwiatmo2, 2023). Dalam membentuk *personal brandingnya* Abidzar Al Ghifari cenderung lebih banyak

memperlihatkan sikapnya yang jujur dan pekerja keras seperti yang ditunjukkan oleh pekerjaannya selaku aktor. Hal berikut bisa terlihat pada sosial media yang dimiliki oleh aktor Abidzar Al Ghifari, ialah sosok yang terkenal dengan sikapnya yang jujur, hal berikut bisa dilihat pada wawancaranya di media dan Youtube seperti pada Daniel Mananta, Deddy Corbuzier, serta MAIA ALELDUL TV, seringkali aktor Abidzar Al Ghifari membicarakan bagaimana perasaannya terhadap sosok ayahnya tanpa menyembunyikan kesedihannya. Berlandaskan ([Kompas.com](https://www.kompas.com) 2025) memberi pernyataan bahwasannya kritik tidak membuatnya “down” melainkan menjadi bahan evaluasi dan pembelajaran, sehingga hal berikut bisa diinterpretasikan selaku sikap yang kerja keras dan bertanggung jawab

Aktor Abidzar Al Ghifari juga ialah aktor yang membintangi beberapa film Indonesia yakni *Hijrah Cinta* (2014), *Ada Cinta di SMA* (2016), *Balada Si Roy* (2023), *Guna-Guna Istri Muda* (2024), *404 Run Run* (2024) selaku cameo pada film Thailand, selanjutnya *A Business Proposal* versi Indonesia (2025). Abidzar Al Ghifari ialah anak dari Ustad Jefri Al Buchori yang dihormati yang ialah pendakwah, penyanyi, dan juga aktor Indonesia. Namun Abidzar Al Ghifari mengalami kontroversi yang membuat dirinya memperoleh hujatan dari orang lain (Kompasiana.com, 2025). *Personal Branding* juga dipakai dalam hal politik, pemerintahan, bisnis ataupun *entertainment* sehingga, Abidzar Al Ghifari tentu akan mempengaruhi film yang akan ia mainkan dan menarik di mata masyarakat. (Fitriana 2022, P.02)

Gambar I. 1 Folkative Youtube wawancara Abidzar



Sumber : Folkative Youtube

Abidzar Al Ghifari juga terkenal dengan sikap teguh nya dalam dunia film tanpa bantuan orangtuanya, hal berikut membuat Namanya seringkali muncul dalam layar kaca perfilman Indonesia. Namun *Personal Branding* Abidzar Al Ghifari terpatahkan disebabkan lontaran kata-kata yang ia ucapkan sebelum film *remake* “Business Proposal” versi Indonesia dirilis. Dalam beberapa acara aktor Abidzar Al Ghifari seringkali melontarkan kata-kata yang di anggap tidak menghormati dan kurang sopan terhadap film yang akan ia remake dan terhadap fans series “Business Proposal”.

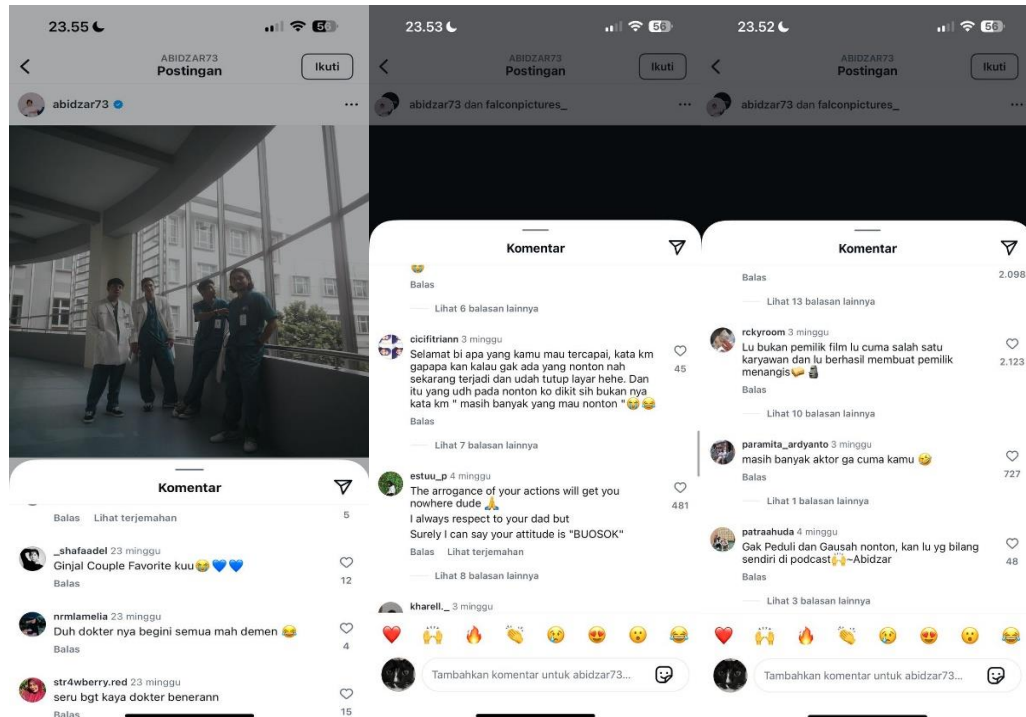
Gambar I. 2 Youtube Hype Wawancara Abidzar



Sumber : Youtube Hype

Aktor Abidzar Al Ghifari ingin membentuk karakter sendiri dan sengaja tidak menonton film versi Koreanya. Lontaran-lontaran aktor Abidzar Al Ghifari terhadap fans nya yang mengatakan bahwasannya “fans nya fanatik”, “Lagian gaakan di undang ke *premier* juga” serta “kalau gamau nonton gausah nonton, masih banyak yang mau nonton”, serta fans-fans yang memberi saran dan kritik justru mendapatkan lontaran Abidzar yakni “Ngapain diinget orang, nggak bakal diundang nanti saat *premier*”, lontaran kata-kata berikut yang membuat timbulnya keresahan. Dalam fenomena yang terjadi kepada aktor Abidzar Al Ghifari berikut ialah perilaku kontraproduktif yang bisa menghambat ataupun merusak pencapaian tujuan ataupun hasil yang diinginkan, meskipun tujuan tersebut baik ataupun positif. Film “*Business Proposal*” yang awalnya ialah series drama Korea yang di *remake* kembali versi Indonesianya oleh Rako Prijanto.

Gambar I. 3 Bukti Komentar Netizen pada Instagram Abidzar Al Gjifari

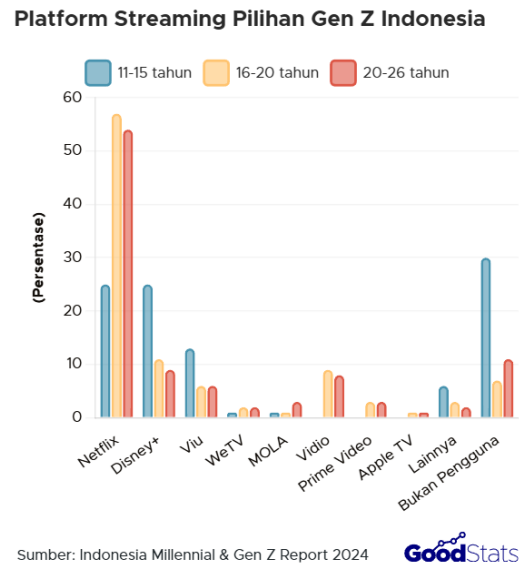


Sumber : Instagram @abidzar73

Personal Branding bisa dibentuk memakai media sosial serta menjangkau khalayak secara luas.(Rahmah 2021, P.02). *Personal Branding* yang dibentuk oleh Abidzar Al Ghifari yang terkenal dengan sifat pekerja kerasnya dan kritis akan suatu hal bisa terpatahkan dengan sikap nya yang terlalu jujur di dalam penyampaianya di depan khalayak. Sehingga *Personal Branding* ialah hal penting dalam dunia aktor ataupun aktris, hal berikut bisa membentuk sikap yang ingin di percaya oleh Masyarakat tentang diri kita. Membangun *Personal Branding* juga bisa meningkatkan nilai jual individu (Aasha 2022, P.02). Strategi berikut sudah dipakai guna membangun

citra baik dalam ranah public, politisi, ataupun aktor serta pengusaha (Grzesiak, 2018, p.10).

Gambar I. 4 Bukti Platform Streaming pilihan Generasi Muda di Indonesia



(Sumber : Goodstats)

Minat menonton bisa didefinisikan selaku rasa penasaran kegemaran ataupun perhatian individu terhadap tontonan tertentu. Ada sejumlah variabel yang bisa memengaruhi keinginan guna menonton. Jikalau pengaruh lingkungan sekitar individu bisa mempengaruhinya keinginan guna menonton juga bisa muncul. Minat bisa terbentuk apabila timbul ketertarikan rasa suka, penasaran, ataupun kehendak dalam diri sebuah individu (Widhiatmoko 2022, P.07). Bagaimana sebuah program acara ataupun film berhasil ataupun tidaknya bergantung pada banyak faktor, yakni salah

satunya juga aktor yang memainkan film tersebut, dilihat bagaimana aktor bisa memerankan sebuah karakter dengan baik (Rui Iswanto, 2021).

Berlandaskan data.goodstats.id Generasi muda lebih suka memakai layanan streaming guna menonton film dan acara TV. Berlandaskan survei Indonesia Millennial & Gen-Z Report 2024 yang diterbitkan oleh IDN Research Institute pada akhir tahun 2023, 65% anak muda lebih suka menonton film dan acara TV lewat layanan streaming. Dibandingkan dengan 22% yang masih menonton film di bioskop, persentase berikut sangat berbeda.

Popularitas budaya pop Korea di Indonesia menjadi alasan pertumbuhan drama dan film Korea yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Masyarakat Indonesia ialah yang paling antusias terhadap budaya Korea, yakni sebesar 86,3%, berlandaskan Survei Hallyu Luar Negeri 2024. Sementara itu, drama Korea, ataupun K-drama, ialah produk hiburan Korea Selatan terpopuler di Indonesia, mencapai 74,6%, berlandaskan statistik dari Kadata Insight Center tahun 2022. Hal berikut menunjukkan minat menonton Masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea, salah satunya dengan banyaknya film *remake* film Korea ataupun series Korea salah satunya yakni *Business Proposal*.

Gambar I. 5 Bukti Maraknya film adaptasi film Korea di Indonesia



(Sumber : Katadata.com)

Namun dalam beberapa tahun terakhir minat menonton film Korea ataupun series Korea menjadi salah satu tren budaya yang populer belakangan berikut. Sehingga bisa membangkitkan perhatian khalayak terhadap minat menonton (Fitri, 2022, P.03) Berlandaskan data dari *Korea Creative Content Agency* (KOCCA, 2022), ekspor konten budaya Korea seperti drama Korea, meningkat 6,8% dari tahun ke tahun pada tahun 2021, mencapai rekor tertinggi hingga mencapai US\$12,4 miliar. Sehingga series Korea ataupun drama Korea dan juga Film Korea menjadi populer di Indonesia.

Terutama dalam generasi muda, hasil yang sudah dilaksanakan oleh survei IDN Research Institute pada tahun 2022 sebanyak 68% memperlihatkan bahwasannya generasi muda menonton film rata-rata 2-3 jam setiap harinya. Hal berikut mempengaruhi minat menonton generasi muda terhadap budaya Korea. Film Korea sering kali unggul dalam hal kualitas produksi dan daya tarikan global tetapi film Indonesia juga terus berkembang dan mulai mendapatkan apresiasi yang lebih baik di

dalam negeri. berikut memperlihatkan bahwasannya keduanya mempengaruhi satu sama lain. Sifat konten yang diberikan oleh Netflix lebih menyasar untuk generasi muda dengan rentan usia 11-15 tahun dan 16-16 tahun, kelompok generasi muda yang lebih tua cenderung lebih senang menonton di Netflix.

Peneliti memilih subjek Generasi muda dengan melihat faktor keefektifan suatu kelompok bisa menunjukkan karakteristik kelompok dan pada karakteristik anggotanya (Dr. Jalaluddin Rakhmat, 2019; P.), subjek yang dipilih dengan rentang usia 17 hingga 25 tahun. Namun, peneliti akan mengelompokkan subjek dengan memulai rentang umur 17 hingga 25. Disebabkan pada usia 17 tahun pemikiran jauh lebih matang sehingga lebih bisa menyikapi isu kontroversial serta kritik. Subjek akan dikelompokkan berlandaskan geografis, psikografis, demografi serta segmentasi perilaku.

Penelitian berikut bertujuan guna mengetahui pengaruh *Personal Branding* aktor Abidzar Al Ghifari terhadap minat menonton film “*Business Proposal*” versi Indonesia di netflix. Personal branding adalah gambaran tentang bagaimana individu dilihat oleh orang lain di publik. Personal branding berarti memperlihatkan kekuatan dan keunikan individu kepada suatu target audiens. Komunikasi yang efektif bisa ditentukan berlandaskan kemampuan individu dalam memahami bagaimana menyampaikan pesan secara efektif untuk disampaikan pada orang lain (Julia T.wood, 2019, P.).

Hubungan antara *Personal Branding* dengan Minat menonton yakni, *Personal Branding* seorang aktor bisa meningkatkan daya tarik kepada audiens. Sehingga

Personal Branding yang dibentuk selaras dengan minat dan nilai yang diinginkan audiens bisa mempengaruhi minat audiens dalam menentukan pilihan, serta bisa meningkatkan ketertarikan minat menonton individu. Berlandaskan teori personal branding dan kredibilitas sumber (Montoya & Vandehey, 2002; Ohanian, 1990), personal branding seorang aktor bisa membentuk persepsi positif di mata audiens, yang pada akhirnya mempengaruhi minat menonton mereka.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang masalah yang disebutkan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian berikut adalah :

1. Bagaimana pengaruh *Personal Branding* aktor Abidzar Al Ghifari terhadap minat menonton film “*Business Proposal*” versi Indonesia di Netflix

1.3. Tujuan Penelitian

Guna mengetahui seberapa pengaruh *Personal Branding* aktor Abidzar Al Ghifari dalam film “*Business Proposal*” mempengaruhi minat menonton generasi muda di Netflix.

1.4. Batasan Masalah

1. Objek penelitian adalah Pengaruh *Personal Branding* aktor Abidzar Al Ghifari dalam mempengaruhi minat menonton.

2. Subjek penelitian adalah audiens film “Business Proposal” dengan rentang usia 17-25 tahun.
3. Metode yang dipakai dalam penelitian berikut adalah Survei dengan penyebaran kuisioner.
4. Jenis pendekatan yang dipakai adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian berikut dilaksanakan guna mengetahui bagaimana Pengaruh *Personal Branding* aktor Abidzar Al Ghifari terhadap minat menonton film “*Business Proposal*” versi Indonesia di Netflix, peneliti berusaha guna mengetahui bagaimana pengaruh *Personal Branding* aktor bisa mempengaruhi minat menonton generasi muda terhadap film “Business Proposal” versi Indonesia di Netflix.

1.5.2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian berikut berguna selaku data informasi yang bisa membantu mengetahui bahwasannya pengaruh *Personal Branding* pada aktor bisa mempengaruhi minat menonton generasi muda terhadap film “Business Proposal” versi Indonesia di netflix.