

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

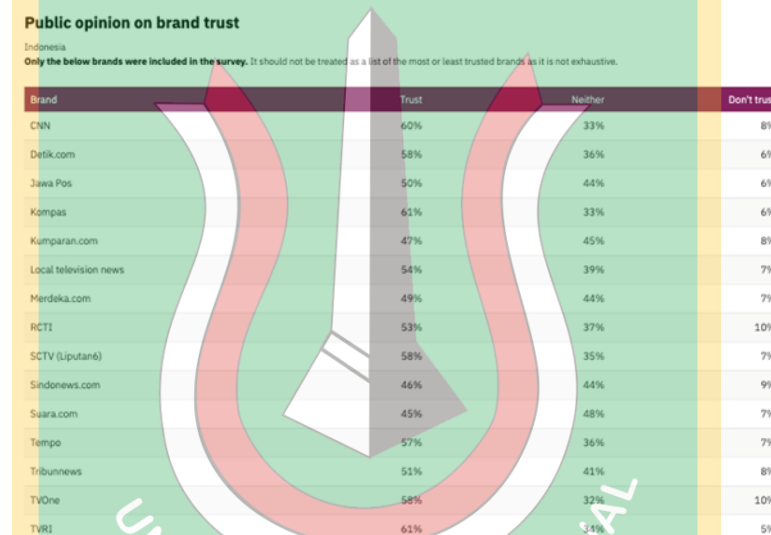
Saat ini, banyak orang mengandalkan media online sebagai sumber informasi utama mereka. Perubahan ini terjadi karena internet memudahkan akses, cukup dengan membuka ponsel, berita dari seluruh dunia dapat diakses dalam hitungan detik. Media online juga dianggap lebih menarik karena tidak hanya menyajikan teks, tetapi juga mencakup gambar, video, dan siaran langsung yang memudahkan pembaca memahami isi berita. Selain itu, orang dapat berpartisipasi langsung melalui kolom komentar, membagikan berita di platform media sosial, atau berdiskusi dengan pengguna lain. Dengan kemudahan dan kecepatan yang ditawarkannya, tidak mengherankan jika media online telah menjadi pilihan utama bagi orang untuk mendapatkan informasi terbaru setiap hari.



Data terbaru dari APJII menunjukkan bahwa jumlah orang Indonesia yang terhubung ke internet terus meningkat setiap tahun. Diperkirakan sekitar 229,43 juta orang akan menggunakan internet pada tahun 2025, naik dari 221,56 juta pada tahun 2024 (APJII, 2025). Dengan tingkat penetrasi internet lebih dari 80%, banyak aktivitas komunitas bergantung pada jaringan internet.

Namun, kemudahan akses informasi melalui media daring tidak serta-merta menjadikan media sebagai penyampai fakta yang sepenuhnya netral. Cara suatu peristiwa dikonstruksi melalui pemilihan sudut pandang, penekanan informasi, dan penyusunan narasi berpotensi memengaruhi bagaimana audiens memahami serta

menilai realitas yang disajikan (McQuail, 2010; Potter, 2019). Oleh karena itu, penelitian ini memerlukan kerangka teoretis yang mampu menjelaskan keterkaitan antara paparan pesan media dan proses pembentukan penilaian publik. Penelitian ini menggunakan Teori Efek Media sebagai dasar konseptual untuk menjelaskan bagaimana pemberitaan dapat memengaruhi cara pandang dan citra individu yang menjadi objek pemberitaan. Teori ini menekankan bahwa pengaruh paparan media tidak selalu muncul dalam bentuk perubahan perilaku yang kasat mata, melainkan sering kali bekerja pada ranah kognitif, yakni melalui proses penafsiran, evaluasi, dan pembentukan persepsi audiens terhadap aktor sosial tertentu (McQuail, 2010). Dengan demikian, media memiliki kemampuan untuk membentuk penilaian publik melalui cara informasi dipahami, bukan hanya melalui apa yang disampaikan.



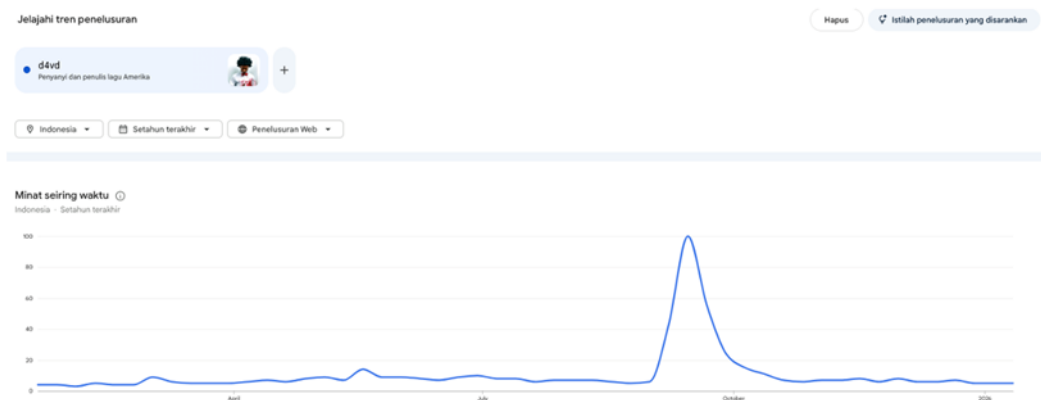
Gambar 1.3 Tingkat Kepercayaan Publik terhadap Merek Media Berita di Indonesia

Sumber: Reuters Institute, Digital News Report 2024

Sejalan dengan tujuan penelitian ini, yakni mengidentifikasi pengaruh paparan pemberitaan media online terhadap citra D4vd (David Anthony Burke) sebagai public figure, Teori Efek Media dinilai relevan untuk menjelaskan hubungan tersebut. Pemilihan CNN Indonesia sebagai objek penelitian didasarkan pada tingkat kepercayaan publik yang relatif tinggi terhadap media ini dibandingkan platform berita daring lainnya. Berdasarkan temuan Reuters Institute Digital News Report 2024, CNN Indonesia termasuk dalam kelompok media yang memperoleh tingkat kepercayaan publik tertinggi di Indonesia, dengan persentase

kepercayaan mencapai sekitar 60%, sejajar dengan media arus utama nasional seperti Kompas dan TVRI (Newman et al., 2024). Tingkat kepercayaan ini penting karena media yang dipercaya publik cenderung memiliki pengaruh paparan lebih kuat dalam membentuk opini dan persepsi audiens (Fletcher & Nielsen, 2021). Selain tingkat kepercayaan, laporan Reuters Institute juga menunjukkan bahwa media dengan reputasi kredibel sering dijadikan rujukan utama oleh pembaca dalam memahami isu-isu sensitif, sehingga pesan yang disampaikan berpotensi memberikan dampak kognitif yang lebih signifikan (Newman et al., 2024). Dalam konteks penelitian ini, pemberitaan CNN Indonesia mengenai kasus “mayat di mobil D4vd” dipandang memiliki peran strategis dalam membentuk opini publik, khususnya di kalangan mahasiswa sebagai kelompok audiens yang aktif mengonsumsi berita daring. Cara pemberitaan yang lebih sering menonjolkan aspek negatif berpotensi membangun asosiasi citra yang kurang menguntungkan terhadap tokoh publik, sementara penyajian yang lebih berimbang dapat menghasilkan penilaian yang berbeda di benak audiens (Entman, 1993).

Sebagaimana telah dibahas sebelumnya mengenai peran media dalam membentuk persepsi publik terhadap figur tertentu, D4vd (David Anthony Burke) dapat diposisikan sebagai musisi muda yang telah memiliki tingkat pengenalan publik yang cukup luas sebelum munculnya pemberitaan negatif. Eksistensi D4vd di ruang digital tercermin dari tingginya perhatian publik terhadap namanya dalam aktivitas penelusuran daring. Data Google Trends menunjukkan bahwa minat penelusuran terhadap kata kunci “d4vd” di Indonesia mengalami lonjakan signifikan dalam satu tahun terakhir, dengan grafik mencapai nilai 100 pada pertengahan September 2025, yang menandakan puncak perhatian publik digital pada periode tersebut (Google Trends, 2025).



Gambar 1.4 Tren Penelusuran Nama “d4vd” di Indonesia pada Periode 14–21 September 2025

Sumber: Google Trends

Lonjakan minat penelusuran ini menunjukkan bahwa D4vd bukan hanya dikenal sebagai musisi, tetapi juga menjadi subjek pembicaraan yang intens di ruang publik digital. Dalam kajian komunikasi, peningkatan volume pencarian daring sering dikaitkan dengan adanya peristiwa, isu, atau pemberitaan yang memicu rasa ingin tahu publik terhadap seorang figur (Jungherr, 2016; Mellon, 2022). Dengan demikian, puncak grafik Google Trends pada rentang 14–21 September 2025 dapat dipahami sebagai indikator meningkatnya perhatian publik yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh isu atau pemberitaan yang sedang berkembang terkait D4vd. Kondisi ini relevan dengan karakteristik responden dalam penelitian ini, yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional angkatan 2022. Mahasiswa sebagai kelompok usia muda merupakan pengguna aktif internet dan media sosial, serta memiliki kecenderungan tinggi untuk mengikuti isu populer yang ramai diperbincangkan secara daring (Pew Research Center, 2022). Oleh karena itu, meskipun popularitas awal D4vd terbentuk melalui karya musiknya, peningkatan perhatian publik yang tercermin dalam data Google Trends menunjukkan bahwa figur ini juga dikenal luas di kalangan mahasiswa, termasuk dalam konteks pemberitaan yang bernuansa negatif.

Sebagai kelanjutan dari meningkatnya perhatian publik terhadap D4vd di ruang digital, pemberitaan media daring kemudian menjadi sumber utama informasi terkait kasus yang melibatkan musisi tersebut. CNN Indonesia melaporkan bahwa aparat kepolisian telah mengidentifikasi jenazah yang ditemukan di dalam mobil Tesla yang terdaftar atas nama D4vd (David Anthony

Burke) sebagai seorang remaja berusia 15 tahun bernama Celeste Rivas. Laporan tersebut memuat keterangan resmi dari pihak berwenang, rujukan informasi dari media internasional, serta penjelasan mengenai identitas korban yang sebelumnya dilaporkan hilang sejak April 2024 dan memiliki ciri fisik tertentu yang disebut relevan dalam proses identifikasi (CNN Indonesia, 2025). Dalam pemberitaan awalnya, CNN Indonesia juga menguraikan kondisi jenazah yang ditemukan di bagasi kendaraan serta menyebutkan bahwa pada periode awal mencuatnya kasus, D4vd tetap menjalankan agenda tur dan promosi tanpa menyampaikan pernyataan publik terkait peristiwa tersebut (CNN Indonesia, 2025). Informasi ini kemudian berkembang menjadi perbincangan luas di berbagai platform media sosial, terutama karena melibatkan figur publik yang sebelumnya telah dikenal oleh khalayak luas.



Gambar 1.5 Tangkapan Layar Berita CNN Indonesia berjudul “Mayat di Mobil D4VD: Anak di Bawah Umur dan Punya Matching tattoo”

Sumber: CNN Indonesia (2025)

Laporan-laporan lanjutan dari CNN Indonesia menegaskan bahwa proses penyelidikan masih terus berlangsung dan berpotensi menimbulkan dampak lanjutan, salah satunya berupa pembatalan sejumlah agenda konser D4vd di Amerika Serikat (CNN Indonesia, 2025). Secara konsisten, pemberitaan tersebut menyoroti aspek kriminal dan hukum dari kasus ini, serta implikasi sosial yang muncul akibat keterkaitan nama seorang musisi dengan peristiwa tersebut. Penekanan pada unsur-unsur ini berpotensi memengaruhi cara audiens menilai

individu yang diberitakan, terutama ketika informasi disampaikan secara berulang dalam kurun waktu yang relatif singkat (McQuail, 2010; Potter, 2019). Dalam kajian komunikasi massa, paparan informasi media yang intens dan berkelanjutan dapat membentuk persepsi serta citra seseorang di benak audiens, meskipun individu tersebut belum terbukti secara hukum terkait peristiwa yang diberitakan (McQuail, 2010). Oleh karena itu, rangkaian laporan CNN Indonesia mengenai penemuan jenazah di mobil Tesla yang dikaitkan dengan D4vd yang pertama kali dipublikasikan pada 10 September 2025 dan diikuti dengan pemberitaan lanjutan, termasuk pembatalan konser pada 20 September 2025.



Gambar 1.6 Tangkapan Layar Pendengar Spotify D4vd per Bulan

Sumber: Spotify

Berangkat dari intensitas pemberitaan media online terhadap kasus yang melibatkan D4vd serta potensi dampaknya terhadap persepsi mahasiswa, penting untuk menempatkan penelitian ini dalam konteks temuan-temuan empiris sebelumnya terkait efek media. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemberitaan media memiliki pengaruh paparan yang nyata terhadap pembentukan persepsi, respons emosional, dan sikap publik, meskipun sebagian besar kajian tersebut masih berfokus pada isu sosial, politik, atau kebijakan publik. Kühberger (2023), melalui meta-analisis eksperimental, mengemukakan bahwa paparan informasi media dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan secara signifikan, namun kajiannya belum secara spesifik membahas pemberitaan media massa dalam konteks figur publik. Penelitian lain oleh Guo, Su, dan Chen (2023) memperlihatkan bahwa paparan pemberitaan yang bersifat kumulatif dapat memengaruhi emosi serta opini publik dalam isu imigrasi di Amerika Serikat, tetapi fokus analisisnya masih terbatas pada isu kebijakan dan belum diarahkan pada

individu tertentu sebagai figur publik. Hal serupa juga terlihat dalam studi Weiss (2021), yang menyoroti pengaruh paparan pemberitaan isu sosial terhadap opini publik dan arah kebijakan, tanpa mengkaji implikasinya terhadap pembentukan citra figur publik. Pada konteks nasional, Amin (2023) meneliti pengaruh terpaan pemberitaan peristiwa tragedi terhadap respons psikologis audiens, sementara Kusumaningtias (2025) mengkaji dampak pemberitaan negatif di media sosial terhadap citra tokoh keagamaan. Kendati demikian, kedua penelitian tersebut belum secara mendalam menelaah pengaruh paparan pemberitaan media online arus utama terhadap figur publik non-politik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penelitian sebelumnya masih berorientasi pada isu kebijakan, sosial, atau tokoh politik dan keagamaan, serta belum secara spesifik mengkaji efek pemberitaan media online terhadap figur publik di industri hiburan. Hingga saat ini, belum ditemukan penelitian yang secara khusus membahas pengaruh paparan pemberitaan CNN Indonesia terkait kasus “mayat di mobil D4vd” terhadap citra public figure di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada upaya mengkaji efek pemberitaan media online terhadap figur publik non-politik dalam konteks isu negatif dengan menggunakan Teori Efek Media sebagai landasan, serta pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampaknya terhadap citra public figure pada audiens mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

Berdasarkan celah penelitian yang telah diidentifikasi sebelumnya terkait minimnya kajian mengenai efek pemberitaan media online terhadap figur publik non-politik, penelitian ini memiliki tingkat urgensi yang kuat baik secara teoretis maupun praktis. Dari sisi teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperluas kajian Teori Efek Media dengan menempatkan citra figur publik sebagai variabel terpengaruh, khususnya pada konteks musisi sebagai figur non-politik yang hingga kini relatif jarang menjadi fokus penelitian akademik (McQuail, 2010; Potter, 2019). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur komunikasi massa mengenai bagaimana paparan pemberitaan media online berpotensi memengaruhi persepsi audiens terhadap figur publik di luar ranah politik dan kebijakan. Dari sisi praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi praktisi media untuk lebih mempertimbangkan dampak

kognitif pemberitaan terhadap audiens, mengingat penyajian informasi yang intens dan berulang dapat memengaruhi cara publik menilai individu yang diberitakan (Potter, 2019). Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh praktisi hubungan masyarakat atau *public relations* sebagai dasar dalam merancang strategi komunikasi dan pemulihan citra bagi figur publik yang terdampak oleh pemberitaan negatif di media daring, khususnya dalam menghadapi audiens muda yang aktif mengonsumsi media digital (Coombs, 2021).

Penetapan judul penelitian ini didasarkan pada relevansi isu yang dikaji dalam ranah komunikasi massa dan *public relations*, khususnya mengenai pengaruh paparan pemberitaan media terhadap citra figur publik non-politik. Kasus yang melibatkan D4vd (David Anthony Burke) dipilih karena memiliki nilai aktualitas tinggi dan menarik perhatian publik secara luas, terutama ketika pemberitaan negatif muncul di tengah agenda tur dunia sang musisi yang kemudian mengalami penundaan, meskipun kejelasan hukum atas kasus tersebut belum sepenuhnya ditetapkan (CNN Indonesia, 2025). Kondisi ini memberikan konteks empiris yang kuat untuk mengkaji bagaimana Teori Efek Media dapat menjelaskan pengaruh paparan pemberitaan terhadap pembentukan citra seorang figur publik di ruang digital. Selain itu, pemilihan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional angkatan 2022 sebagai subjek penelitian didasarkan pada karakteristik akademik dan sosial kelompok tersebut. Mahasiswa ilmu komunikasi umumnya dibekali pemahaman dasar mengenai teori komunikasi serta memiliki tingkat literasi media digital yang relatif tinggi, sehingga dinilai mampu merespons dan menafsirkan pesan media secara lebih kritis dibandingkan masyarakat umum (McQuail, 2010; APJII, 2024). Dengan tingkat penetrasi internet yang terus meningkat di kalangan usia muda, mahasiswa juga menjadi kelompok audiens yang intens terpapar pemberitaan media online, sehingga relevan untuk mengukur dampak pemberitaan CNN Indonesia terhadap citra D4vd sebagai figur publik (APJII, 2024). Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis merasa tertarik untuk meneliti dan membahas topik **PENGARUH PAPARAN PEMBERITAAN CNN INDONESIA TERHADAP CITRA DAVID ANTHONY BURKE SEBAGAI PUBLIC FIGURE (Survei pada Mahasiswa Angkatan 2022 Ilmu Komunikasi Universitas Nasional)**

1.2 Rumusan Masalah

Seberapa besar Pengaruh Paparan Pemberitaan CNN Indonesia terhadap Citra David Anthony Burke sebagai *Public Figure* di kalangan mahasiswa angkatan 2022 Ilmu Komunikasi Universitas Nasional?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengukur besar Pengaruh Paparan Pemberitaan CNN Indonesia terhadap Citra David Anthony Burke sebagai *Public Figure* di kalangan mahasiswa angkatan 2022 Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Studi ini ditujukan untuk menambah khazanah keilmuan di bidang komunikasi, terutama pada ranah Teori Efek Media yang menyoroti dampak pemberitaan media massa terhadap cara audiens membentuk pemahaman dan penilaian. Melalui pembahasan tersebut, penelitian ini juga menawarkan penguatan pada sisi konseptual tentang bagaimana liputan di media daring dapat ikut membentuk gambaran serta citra tokoh publik di luar ranah politik. Dengan begitu, kajian ini diharapkan dapat memperluas sudut pandang mengenai posisi dan peran media dalam memengaruhi persepsi serta opini masyarakat.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. **Bagi Peneliti**, penelitian ini menjadi sarana penguatan pengalaman akademik sekaligus referensi untuk memahami penerapan Teori Efek Media dalam mengkaji pengaruh paparan pemberitaan terhadap citra *public figure*.
- b. **Bagi Mahasiswa**, penelitian ini diharapkan dapat mendorong sikap kritis dalam menyikapi pemberitaan media, sehingga mahasiswa tidak menerima informasi secara pasif dan mampu menilai dampak pesan media secara lebih rasional.
- c. **Bagi Media Massa**, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dalam menyajikan berita yang melibatkan figur publik

agar memperhatikan dampak informasi terhadap persepsi audiens serta menjaga proporsionalitas pemberitaan.

- d. **Bagi Masyarakat**, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dalam mengonsumsi informasi media secara bijak, terutama ketika pemberitaan berpotensi memengaruhi citra seseorang melalui efek media yang ditimbulkan.

1.4.3 Manfaat Akademis

Hasil studi ini diharapkan bisa dimanfaatkan sebagai bahan acuan bagi mahasiswa Komunikasi serta peneliti berikutnya yang ingin menelaah bagaimana pemberitaan media berpengaruh terhadap pembentukan citra tokoh publik. Secara lebih spesifik, kajian ini turut menambah kedalaman pembahasan akademik mengenai dampak media, terutama pada peristiwa atau kasus bernuansa negatif yang memperoleh sorotan luas di platform media daring.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab I bagian pendahuluan, pembahasan difokuskan pada uraian konteks masalah, perumusan persoalan utama, tujuan yang ingin dicapai, manfaat penelitian, serta gambaran susunan penulisan secara keseluruhan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi kajian pustaka yang memuat teori dan konsep yang relevan dengan topik yang diteliti sebagai dasar pijakan analisis. Di bagian ini juga dijelaskan kerangka pemikiran dalam bentuk alur konseptual beserta penjelasannya, sekaligus merangkum hasil studi terdahulu yang masih berkaitan dengan isu yang dibahas.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menjelaskan metode yang digunakan dalam proses penelitian. Uraian mencakup jenis dan pendekatan riset, penentuan variabel serta

operasionalisasinya, cara memperoleh data, hingga teknik yang dipakai untuk menguji dan mengolah data penelitian. BAB

IV : HASIL PENELITIAN

Memuat hasil penelitian dan pengolahan data yang kemudian dianalisis sesuai kerangka yang telah ditetapkan sebelumnya.



