

Tipologi Perubahan Citra Agnes Mo: Kajian Perspektif Psikologi Komunikasi

Robbikal Muntaha Meliala
Akademi Komunikasi BSI Jakarta
bikal.muntaha@gmail.com

ABSTRAK

Agnes Monica sebagai manusia dapat diyakini pasti mengalami perubahan dalam kehidupannya. Dalam konteks pekerjaannya sebagai *entertainer* pun, Agnes Monica diyakini mengalami perubahan dalam konsep dirinya untuk bernampilan, berpemikiran dan berkarya. Perubahan "*branding*" Agnes Monica menjadi "Agnez Mo" merupakan cikal bakal dari penelitian ini. Penulis berusaha memetakan tipologi perubahan yang terjadi pada Citra Agnes Monica sebagai Penyanyi Internasional diawali dari perubahan "*branding*" itu jika dilihat dari perspektif psikologi komunikasi. Ditinjau dari teori fungsi Katz (1960), Aliran Psikologi Kognitif, Agnez Mo berperilaku atas dasar 4 landasan yaitu Perilaku sebagai Fungsi Instrumental, Perilaku sebagai Pertahanan Diri, Perilaku sebagai Penerima Objek dan Memberi Arti, dan Perilaku berfungsi sebagai Nilai Ekspresif Diri dalam Menjawab Suatu Situasi. Metode Penelitian: Kualitatif Deskriptif dengan dokumentasi dan Studi Pustaka. Kesimpulan: Tipologi Perubahan Citra Agnes Monica sebagai Penyanyi Internasional terdiri dari Tipologi Perubahan Alamiah, Perubahan Terencana, Kesiapan untuk Berubah, *Alterative Movement* dan *Redemptive Movement*.

Kata Kunci: Perubahan, Citra, Agnez Mo, Psikologi Komunikasi.

ABSTRACT

Agnes Monica as a common human has surely changed in her life naturally. In her context as an entertainer, she has surely changed either in her self concept, start from her performance, her mind and her style of achievement. Branding of "Agnes Monica" change to be "Agnez Mo" would be main thesis of this research. The author has tried to classify her image as an international singer seemed from perspective of communication psychology. Based on Theory of Function by Katz (1960), Psychology of Cognitive Movement, Agnez Mo's act referenced from 4 main reason, Act as Instrumental Function, Act as Defense Mechanism Tool, Act as Object Receiver and Encode the Meaning, and Act as Value of Self Expression in Answering One Situation. Research Methodology: Descriptive Qualitative by Documentation and Study of Literature. Conclusion : Changed Typology of Agnez Mo's Image as an International Singer consist of Natural Changed Typology, Planned Changed Typology, Readiness to Change of Typology , Alterative Movement and Redemptive Movement.

Keywords: Changed, Image, Agnez Mo, Communication Psychology.

PENGANTAR

Seorang *entertainer* atau artis di Indonesia yang ingin penulis angkat dalam penelitian ini adalah Agnes Monica. Agnes Monica adalah penyanyi dan artis Indonesia yang tidak diragukan lagi sepak terjangnya di dunia hiburan Indonesia. Gadis kelahiran 1 Juli 1986 ini sudah banyak meraih prestasi dan dedikasinya di dunia musik maupun persinetronan.

Mengawali karirnya sebagai penyanyi cilik di Indonesia sejak usia 3 tahun. Kala itu, dikenal dengan album pertama kanak-kanaknya “Meong” dan saat umur 7 tahun, menetas album kembali dengan judul “Bala-Bala”. Kemunculannya di Stasiun RCTI saat itu sebagai pemandu acara di program “Tralala- Trilili” membuat, Agnes Monica makin dikenal di dunia hiburan saat itu sebagai Artis Cilik.

Berawal dari kemunculannya di program Tralala-Trilili, berhasil mendapatkan penghargaan sebagai presenter anak-anak terfavorit. Waktu terus berjalan, hingga dia mendapatkan peran utama di sinetron “Pernikahan Dini” di RCTI bersama Syahrul Gunawan. Kemunculan sinetron itu juga menuai pro dan kontra kala itu yang berani mengangkat isu kontroversial pergaulan remaja Indonesia. Namun *acting*-nya berhasil memukau pemirsa Indonesia dengan pencapaian penghargaan dari *Panasonic Gobel Award* sebagai Artis Terfavorit 2001.

Beberapa penghargaan seperti “*Panasonic Gobel Awards*” dan “*Nickeledeon*” sudah didapatkannya. Belum puas sampai disitu, dia mulai menunjukkan sepak terjangnya untuk merambah ke dunia internasional, dengan mengincar segmentasi “Pasar *Hollywood*”, Amerika Serikat sebagai penyanyi internasional. Kebulatan tekadnya menjadi penyanyi internasional itu tidak tanggung-tanggung dia buktikan satu-persatu pada masyarakat Indonesia dengan bekerjasama “*Timbaland*” (*Hit Single* internasional-nya yang sudah dikeluarkan 2014 dengan judul “*Coke Bottle*” dan album Internasional yang berjudul “*Helo World*”.

Selintas dari biografi ini, “Agnes Monica” terlihat terus bertransformasi dari cara berpakaian, cara berpikir dan selernya dalam musik. Dapat kita lihat sekarang “Agnes Monica” lebih terlihat ekspresif, energik dengan *performance dance*-nya dan gaya pemikirannya saat wawancara dengan pers serta selera berpakaianya banyak besar terpengaruh “*western*”-nya dibanding dengan adat ketimuran “Indonesia” yang dia miliki.

Seperti yang dilansir dari Artikel Showbiz Liputan 6.com:

“Setelah sempat diisukan mengganti nama Agnes Montana, penyanyi *R n B* Agnes Monica akhirnya resmi memproklamirkan nama AGNEZ MO sebagai nama internasionalnya. Diumumkan secara langsung melalui sebuah gambar merah putih di akun instagramnya, ia pun mengajak para penggemarnya untuk menyebutnya dengan sebutan baru tersebut. “Call me AGNEZ MO,” tulis Agnes.



Sumber: Liputan6.com



Sumber: Kompas.com

Contoh kasus ini menunjukkan bahwa Agnes Monica sebagai seorang pribadi manusia berubah karena beberapa faktor yang mempengaruhinya. Dari publik yang mengenalnya sebagai penyanyi cilik yang lugu dan pintar kini menjadi penyanyi dewasa yang ambisius untuk selalu mewujudkan impiannya “*Go International*” dengan konsep manajemen gaya *western* “*hip hop kaum urban negroid*” lebih besar ketimbang kultur timur “Indonesia” yang sudah dimilikinya.

Selain itu, dia harus merelakan meninggalkan bangku kuliah formalnya di Indonesia yaitu di Universitas Pelita Harapan dengan Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) yang cemerlang 3,67. Keputusan ini bukan hal yang mudah, semua dia tinggalkan untuk konsentrasi menggapai karirnya di Amerika. Perjalanan bolak-balik Indonesia-Amerika, tak gentar dia lakukan untuk menggapai hasil maksimal sebagai seorang penyanyi internasional berkualitas di Amerika.

Secara pribadi, dia mempunyai tujuan untuk menunjukkan kepada “pasar internasional” bahwa penyanyi Indonesia yang selama ini bias untuk diremehkan “*Go International*” karena masih dianggap sebagai negara berkembang oleh negara maju. Selangkah demi selangkah dia buktikan impiannya itu dengan penampilan perdananya di *Grammy Week Award* di Los Angeles dengan 2 pendarinya.

Kasus ini unik diteliti karena menimbulkan pro kontra bagi pemerhati media dan masyarakat Indonesia yang melihat signikansi perubahannya. Bagi yang kontra, mereka berpikir bahwa Agnes kini memiliki degradasi nasionalisme dan terlalu kebarat-baratan. Mereka tidak melarang Agnes Monica untuk “*go international*” namun seharusnya tetap menjunjung tinggi jati dirinya sebagai orang Indonesia yang adiluhung dengan budaya timur.

Setiap manusia pasti mengalami perubahan. Fase demi fase perubahan yang dialaminya dapat dianalisa dari perspektif psikologi komunikasi. Proses perubahan itu akan berpengaruh pada pembentukan

jati dirinya sebagai manusia dan jenis citra apa yang ingin ditampilkannya saat berinteraksi dengan manusia lain.

Berawal dari hal ini, penulis tertarik untuk mengkaji tipologi perubahan citra Agnez Mo jika ditinjau dari perspektif psikologi komunikasi. Untuk menjawab hal itu, penulis menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif, dengan dokumentasi dan studi pustaka dari literatur berita di media massa mengenai Agnes Monica dan buku ilmiah Psikologi Komunikasi. Teori yang penulis gunakan dalam menjawab rumusan masalah adalah Teori Fungsi yang dipelopori oleh Kaltz, berkembang dari acuan teori psikologi kognitif.

Menurut Pawito (2007: 35), Penelitian komunikasi kualitatif biasanya tidak dimaksudkan untuk memberikan penjelasan-penjelasan (*explanations*), mengontrol gejala-gejala komunikasi, mengemukakan prediksi-prediksi, atau untuk menguji teori apapun, tetapi lebih dimaksudkan untuk mengemukakan gambaran dan atau pemahaman (*understanding*) mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala atau realitas komunikasi terjadi.

Penelitian pendekatan kualitatif bertujuan untuk mengemukakan gambaran mengapa sebuah gejala dan realitas dalam komunikasi bisa terjadi.

Penelitian pendekatan kualitatif biasanya tidak mendasarkan hasil penelitian dengan logika matematik dan bukti empirik namun lebih mendasarkan diri pada hal-hal yang bersifat diskursif dan data yang bersifat non diskursif.

Menurut Strauss dalam Ruslan (2008:214) Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif ini dapat dipergunakan untuk penelitian kehidupan masyarakat, sejarah tingkah laku, fungsional organisasi, peristiwa tertentu, pergerakan-pergerakan sosial dan hubungan kekerabatan dalam kekeluargaan.

Adapun menurut Sugiyono (2008:291), “Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti.”

Sementara menurut J. Supranto dalam Ruslan (2008: 31), “Riset kepustakaan adalah mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan.”

Berdasarkan 2 pendapat ahli di atas, penulis menyimpulkan riset kepustakaan dilakukan penulis terkait kajian teoritis yang penulis buat dimana erat kaitannya dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada konteks tertentu. Untuk itu diperlukan penguatan pandangan melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan.

Dokumentasi menurut Kriyantono (2006: 120), “dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang bertujuan untuk menggali data-data masa lampau secara sistematis dan objektif.”

Sedangkan menurut Herdiansyah (2010: 143), “studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.”

Penulis menyimpulkan bahwa dokumentasi atau studi dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari subjek penelitian melalui suatu media tertulis atau dokumen lainnya yang isinya mengenai data-data masa lampau secara sistematis dan objektif.

Bahan penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Artikel Showbiz liputan6.com yang berjudul: Agnes Monica: Panggil Saya AGNEZMO!
2. Artikel Kompas Kita liputan khusus tentang Agnes Monica dan wawancara dengan fansnya melalui email.
3. Artikel Kompas.com yang berjudul: Agnez Mo Tak Ingin Jadi Penyanyi yang Hidup *Glamour*.
4. Media sosial youtube dan akun Instagram official Agnez Mo yang memperlihatkan aktivitas Agnez Mo keseharian dan wawancaranya dengan wartawan untuk beberapa konteks acara tertentu.

Perubahan adalah bergeraknya sesuatu hal dari satu posisi atau suatu tempat ke posisi atau tempat lain. Menurut Evelyn Waugh dalam (Kasali, 2009), (*change is the only evidence of life*) yang artinya perubahan adalah tanda suatu kehidupan dan manusia yang hidup akan selalu berubah. Sejumlah alasan menuntut kita untuk melakukan perubahan diantaranya teknologi. Dengan teknologi, dapat mengubah mobilitas manusia, jangkauan, wawasan, cara berkomunikasi, memimpin dan mengelola perusahaan. Kalau ia bisa dikelola dengan baik maka ia akan memberi kesejahteraan. Kalau tidak, ia bisa berubah menjadi ancaman yang menakutkan.

Banyak pilihan yang diberikan oleh perubahan diantaranya: kita mengikuti perubahan tersebut, mendiamkan, melawan atau diubah dari perubahan tersebut. Menurut George Bernard Shaw, “*Progress is impossible without change, those who can not change their minds can not change everything*”. Penulis menerjemahkan secara bebas yang artinya bahwa perkembangan mustahil terjadi tanpa adanya perubahan, bagi siapa saja yang tidak dapat mengubah pemikirannya, mereka tidak akan berubah di segala hal. Dalam menghadapi kehidupan baru itu, siapapun yang menjanjikan perubahan tentu memberikan harapan. Tetapi tentu saja tak semuanya mampu mengendalikan.

Pemeran utama dalam proses komunikasi adalah manusia. Kita memandang komunikasi justru pada perilaku manusianya. Psikologi mulai “bekerja” ketika kita membicarakan bagaimana manusia memproses pesan yang diterimanya, bagaimana cara berpikir dan cara melihat manusia

dipengaruhi oleh lambang-lambang yang dimiliki. Fokus psikologi komunikasi adalah manusia berkomunikasi.

Teori-teori persuasi sudah lama menggunakan konsepsi psikoanalisis yang melukiskan manusia sebagai makhluk yang digerakkan oleh keinginan-keinginan terpendam (*Homo Volens*). Teori “Jarum Hipodermik” (yang menyatakan media massa sangat berpengaruh dilandasi konsepsi behaviorisme yang memandang manusia sebagai makhluk yang digerakkan semuanya oleh lingkungan “*Homo Mechanicus*”). “*Homo Sapiens*” tentang teori pengolahan informasi dibentuk oleh konsepsi psikologi kognitif yang melihat manusia sebagai makhluk aktif mengorganisasikan dan mengolah stimuli yang diterimanya. “*Homo Ludens*” teori-teori komunikasi interpersonal banyak dipengaruhi konsepsi psikologi humanistik yang menggambarkan manusia sebagai pelaku aktif dalam merumuskan strategi transaksional dengan lingkungannya.

Walaupun psikologi telah banyak melahirkan teori-teori tentang manusia tetapi 4 pendekatan yang dicontohkan di atas adalah yang paling dominan: *Psikoanalisis*, *Behaviorisme*, *Psikologi Kognitif* dan *Psikologi Humanistik* (Rakhmat, 2015 : 17-46).

Berikut adalah peta aliran psikologi dan konsep serta tokoh-tokoh yang berperan dibalik setiap alirannya:

Teori	Konsepsi tentang Manusia	Tokoh	Kontribusi pada Psikologi Sosial
1. Psikoanalisis	Homo Volens : (Manusia Berkeinginan)	Freud, Jung, Adler, Abraham, Horney, Bion	Perkembangan Kepribadian, Sosialisasi, Identifikasi, Agresi, Kebudayaan dan Perilaku
2. Kognitif	Homo Sapiens (Manusia Berpikir)	Kurt Lewin, Heider, Festinger, Piaget, Kohiberg	Sikap Bahasa dan Berpikir, Dinamika Kelompok
3. Behaviorisme	Homo Mechanicus (Manusia Mesin)	Hull, Miller & Dollard, Rotter, Skinner, Bandura	Propaganda, Persepsi, Interpersonal, Konsep Diri, Eksperimen, Sosialisasi
4. Humanisme	Homo Ludens (Manusia Bermain)	Rogers, Combs & Snygg, Maslow	Kontrol Sosial, Ganjaran dan Hukuman, Konsep

		May Satir, Peris	Diri, Transaksi Interpersonal, Masyarakat & Individu
--	--	---------------------	---

Sumber: McDavid dan Harari (1974: 31) dalam Rakhmat (2015: 19)

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia terdiri atas Faktor Personal dan Faktor Situasional. Faktor Personal terdiri atas Faktor Biologis dan Faktor Sosiopsikologis. Faktor Sosiopsikologis sendiri terdiri atas Kognitif, Afektif dan Konatif. Komponen afektif yang terdiri dari motif sosiogenis, sikap, emosi dan kepercayaan. Sedangkan komponen konatif terdiri dari kemauan dan kebiasaan (Rakhmat, 2015: 17-46)

Faktor-faktor situasional yang mempengaruhi perilaku manusia adalah faktor ekologis, faktor desain dan arsitektural, faktor temporal, analisis suasana perilaku, faktor teknologi, dan faktor sosial. Sementara faktor psikososial dan stimuli yang memperteguh perilaku juga merupakan faktor situasional lain yang turut membentuk perilaku manusia.

Konsepsi psikologi tentang manusia itu membawa manusia pada tuntutan perubahan setiap saat. Konsekuensi dari perubahan ini juga berdampak pada perubahan citra diri manusia dalam berkehidupan.

Frank Jefkins dalam Soemirat dan Ardianto (2005: 114) menyimpulkan bahwa, “secara umum, citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Selanjutnya Jefkins menyebut bahwa citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan.”

Berdasarkan pendapat Frank Jefkins, penulis memahami bahwa citra dapat didefinisikan sebagai suatu kesan yang terbentuk akibat adanya hasil pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan.

Sementara Bill Canton dalam Soemirat dan Ardianto (2005: 114), citra adalah *“image: the impression, the feeling, the conception which the public has of accompany ; a consciously created impression of an object, person or organization.”*

Penulis memahami dari pendapat Bill Canton bahwa citra (*image*) adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi.

Solomon seperti yang dikutip Rakhmat (2015) menyatakan bahwa: Semua sikap bersumber pada organisasi kognitif- pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Tidak akan ada teori sikap atau aksi sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan tentang dasar-dasar kognitif. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang.

Berdasarkan pendapat di atas, penulis memahami bahwa tidak ada kesan atau citra yang dapat diperoleh sebelum melalui proses efek kognitif atau pengetahuan terlebih dahulu pada diri seseorang. Citra ini merupakan keberlanjutan hasil dari teori sikap atau aksi sosial yang didasari penyelidikan tentang dasar-dasar kognitif.

Terkait teori sikap atau aksi sosial, Menurut Hutagalung (2015: 31-33) Pemikiran kritis seseorang sehingga mampu memberikan dampak pada perubahan sikapnya tergantung dari dua faktor umum: Motivasi dan Kemampuan. Pada saat seseorang termotivasi tinggi, maka yang bersangkutan akan menggunakan proses sentral dan pada saat motivasi rendah seseorang akan cenderung untuk menggunakan rute *peripheral*. Ketika seseorang menggunakan rute sentral, maka yang bersangkutan akan berargumen secara hati-hati dan juga akan mempengaruhi sikap. Keadaan sebaliknya akan terjadi, yaitu ketika seseorang mempunyai motivasi rendah maka dia menggunakan rute *peripheral* dan tidak akan ada pengaruh banyak terhadap sikap diri (Littlejohn, 2002: 132-135; Griffin, 2006: 218-220; Miller, 2005: 129-132).

Teori yang dimaksud diatas adalah Teori Elaboration Likelihood Model (ELM) yang merupakan revisi terhadap teori mengenai dampak pesan persuasi yang ada sebelumnya. Teori awal mengenai dampak pesan persuasi adalah teori dampak langsung media yang dikemukakan oleh Laswell. Teori lain yang melihat dampak pesan persuasi adalah teori matriks persuasi dari McGuire. Teori ini melihat bagaimana sumber (*source*) dan keluaran (*output*) dari suatu pesan persuasi. Teori digambarkan dalam bentuk matriks yang terdiri atas elemen-elemen sumber dan keluaran (*output*). Teori Laswell maupun McGuire mempunyai kelemahan karena bersifat searah dan mengasumsikan bahwa khalayak bersikap pasif terhadap pesan persuasi. Selain teori Laswell dan McGuire, terdapat teori respons kognitif yang dikemukakan oleh Greenwald. Teori ini menekankan pentingnya kognisi khalayak ketika menerima pesan persuasi. Khalayak aktif dalam menerima dan memproses informasi. *Teori ELM* menurut Petty merupakan penggabungan antara teori yang melihat khalayak secara pasif (Laswell dan McGuire), dan teori respon kognitif (Greenwald) yang melihat khalayak bersikap aktif dalam menerima, memroses dan mengolah pesan. Teori ELM berasumsi bahwa ketika menerima pesan, seseorang bisa dalam kondisi aktif, tetapi bisa juga dalam kondisi pasif. Ada kondisi dimana seseorang ingin mengolah pesan, tetapi juga terdapat kondisi tidak ingin memroses pesan (Petty, et.al, 2002: 165-185).

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka penulis akan menganalisis perubahan konsep diri Agnes Monica jika ditinjau dari perspektif psikologi komunikasi yang akan berdampak juga pada perubahan citra atau kesan diri yang ditampilkan Agnes Monica kepada public selama berkarir di industri hiburan Indonesia. Agnes Monica ditinjau dari psikologi komunikasi mempunyai pemikiran kritis tersendiri sebagai manusia untuk berubah ataupun tidak terhadap citra dirinya kepada publik.

DISKUSI

Jika dikaitkan dengan judul penelitian penulis saat ini, maka Tipologi Perubahan Citra Agnes Monica sebagai Penyanyi Internasional dapat dianalisa melalui klasifikasi berikut.

Tipologi Perubahan menurut Kasali (2009: 55-57) adalah sebagai berikut:

1. Perubahan Alamiah (*Natural Change*)

Perilaku manusia selalu berubah. Sebagian perubahan itu disebabkan karena kejadian alamiah. Contoh perubahan alamiah didominasi dari terjadinya perubahan biologis yang terjadi oleh seseorang yang terjadi begitu saja. Contoh: perubahan perilaku yang disebabkan karena usia seseorang. Dulu, saat kita masih kecil belum menyentuh masa *akhil baligh* (dewasa), dalam memilih pakaian disesuaikan dengan bentuk tubuh kita yang masih kecil. Namun ketika kita sudah menginjak masa *akhil baligh* (dewasa), begitu terlihat jelas perbedaan fisik yang terjadi antara pria dan wanita. Wanita ditunjukkan dengan tumbuh buah dada dan proses menstruasi atau haid pada dirinya, sementara bagi pria, perubahan tersebut ditandai dengan tumbuhnya jakun di lehernya, jenis suara menjadi membesar dan dada lebih bidang. Ketika perbedaan ini tampak begitu jelas, maka ada perubahan juga dalam menentukan selera dan jenis pakaian, cara pemikiran terhadap suatu hal yang menandai khas *maskulinitas* dan *femininitas* pada pria dan wanita dewasa.

Analisa: Jika dikaitkan dengan penelitian ini, Agnes Monica sebagai pribadi manusia pasti mengalami tipologi perubahan ini. Hal ini ditunjukkan dari keberadaannya di dunia *entertainment* atau hiburan semula diawali dari ‘Penyanyi Cilik’ (usia 3 tahun), kini sudah berubah menjadi ‘Penyanyi Dewasa’ di usia 29 tahun, ditambah dengan sepak terjangnya sudah merambah di dunia internasional.

Selain itu, fakta dari perubahan fisik yang dialaminya juga tidak bisa dihindari lagi dari penyanyi cilik menjadi penyanyi dewasa, besar atau pecahnya suara menjadi wanita dewasa, tumbuhnya buah dada pada dirinya, lalu postur tingginya yang berubah, raut mukanya sudah tidak ‘imut’ lagi dan bentuk giginya yang sudah sempurna, jika dibandingkan dengan penampilannya saat dia menjadi penyanyi cilik dahulu di lagu ‘Bala-Bala’.

2. Perubahan terencana (*Planned Change*)

Perubahan perilaku ini terjadi karena memang direncanakan sendiri oleh subjek. Contoh: perubahan perilaku seseorang karena tujuan tertentu atau ingin mendapatkan sesuatu yang bernilai baginya. Perubahan terencana ini merupakan hal-hal yang sudah diatur sedemikian rupa bagi pelaku perubahan untuk mendapatkan tujuan tertentu.

Analisa: Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka tipologi untuk ‘perubahan terencana’ pada citra diri Agnes Monica ini terjadi saat dia

mengadakan konferensi pers dan mengunggah status di dunia maya di akun *Instagram* dan *Twitter*-nya untuk mengajak para penggemarnya memanggil Agnez Mo bukan Agnes Monica lagi. (Silahkan lihat artikel dari showbiz liputan 6.com pada paragraf 1).

Jika penulis kaji lebih dalam, perubahan ini direncanakan oleh tim manajemen artis-nya untuk lebih mudah dikenali dan akrab di telinga *fans*-nya di luar negeri terutama Amerika Serikat. Hal ini disebabkan oleh Agnes Monica sudah terlanjur mempunyai banyak pengikut di akun *twitter* dengan jati diri nama “Agnez Mo” bukan “Agnes Monica”. Kesempatan itu tidak mau dibuang begitu saja bagi tim manajemen untuk dijadikan strategi “*branding*” yang tepat untuk memperkenalkan dan mempromosikan agnes di dunia internasional dengan kemasan baru yang lebih *fresh*.

Selain itu, perubahan terencana yang dilakukan Agnes Monica juga dapat dilihat dari representasi metamorfosa perjalanan karirnya dari “Presenter Cilik” di program “Tralala-Trilili”, “Penyanyi Cilik” dengan Konsep Lugu, Pintar dan Ceria, lalu berubah pada “Artis Sinetron” dan “Penyanyi Remaja” dengan diawali kehadirannya di Sinetron “Pernikahan Dini” di RCTI. Dari sini, mulai terlihat perubahan Agnes yang dikonsepsikan oleh tim manajemennya untuk menunjukkan pada publik bahwa dia “Artis” yang multitalenta. Tidak hanya ahli dalam menyanyi dan presenter saja namun juga di dunia akting. Perubahan riasan diri Agnes Monica juga sangat tampak disini. Dari konsep “Artis Cilik” yang polos dan imut, perlahan sedikit demi sedikit menjadi “Artis Remaja” yang feminin dan pandai memoles diri.

Lalu, muncul album penyanyi remaja-nya dengan judul “Whaddap A” diambil dari kata “What’s Up A?” juga menunjukkan kepada publik metamorfosa Agnes sebagai penyanyi dengan “*image*” tomboy, energik dengan tim penarinya dan riasan “nyentrik” dengan khas warna rambut dan potongan yang berganti dan aneh dengan kiblat fashion “artis Hollywood”. Berawal dari sini, dia mulai dikenal publik sebagai penyanyi aliran hip-hop, Rock n Blues, dan khas penampilan “Tank Top”, “Koreografinya yang lincah” dan “Tindakan Antik di Hidung dan Telinganya”.

Perlahan semakin hari, Agnes makin memperkokoh dirinya untuk menasbihkan dirinya sebagai “Penyanyi Profesional” dengan tampilan seksi “hot pants-nya” dan sporty look serta tidak terjun di dunia akting dan seni peran lagi. Hal itu dibuktikan dengan kehadirannya sebagai “host” di *grammy week – America Music Awards*, dan penampilannya di Jepang. Kini, ketika publik mendengar nama Agnes Monica, maka publik langsung tertuju pada kemampuannya sebagai penyanyi dan penari. Penampilannya di panggung selalu identik dengan “Tim Penarinya” dengan koreografi hebat dan unik. Selain itu, banyak produk produk yang berani menjadikannya “Brand Ambassador” untuk merepresentasikan “Citra Ikon Remaja yang Kuat, Sehat dan Ambisius dalam Meraih Impian, tidak kenal menyerah”. Adapun beberapa contoh produk tersebut adalah “Kopi Luwak White Coffee”, Simpati- Telkomsel,

Parfum Anye dan Produk shampoo “Clear”. “Citra Ikon Remaja Wanita yang inspiratif pun semakin dia miliki setelah majalah “Rolling Stone” Indonesia juga menasbihkan dia sebagai sosok “10 wanita Indonesia” paling berpengaruh di dunia.

3. Kesiapan untuk berubah (*Readiness to Change*)

Apabila terjadi suatu inovasi atau program-program pembangunan di dalam organisasi, maka yang sering terjadi adalah sebagian orang sangat cepat untuk menerima inovasi atau perubahan tersebut, dan ada sebagian orang lagi sangat lambat untuk menerima inovasi atau perubahan tersebut.

Analisa: Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka Agnes Monica mempunyai tipologi perubahan jenis ini yang ditunjukkannya pada konsentrasi di dunia pendidikan. Agnes Monica dikenal sebagai anak jenius, dimana prestasi akademik-nya pun berjalan cemerlang dengan perjalanan karir-nya di dunia *entertainment* atau hiburan. Dia berhasil menempuh pendidikan SMP dan SMA-nya hanya dalam waktu 5 Tahun. Agnes Monica termasuk murid yang ikut program akselerasi di Universitas Pelita Harapan dengan indeks nilai yang tinggi. Dia pun mendapatkan beasiswa dari yayasan tempat sekolahnya, namun beasiswa itu ditolaknya dan dihibahkannya kepada murid lain yang lebih membutuhkan dari segi finansial atau ekonomi.

Hal ini mustahil diraih Agnes, jika dia tidak memiliki “kesediaan atau kemauan untuk Berubah”, terlepas tentunya dukungan dan kasih dari orang tua dan keluarganya. Selain itu keputusan yang sontak juga membuat publik kaget, atas keputusan-nya untuk berhenti kuliah dari Universitas Pelita Harapan dengan IPK (Indeks Prestasi Kumulatif) sebesar 3,65. Keputusan ini dipilihnya atas konsekuensi yang harus dijalankannya untuk fokus berkarir sebagai penyanyi internasional di Amerika Serikat. Agnes Monica bersama tim manajemen dan keluarganya merasa perlu harus ada yang dikorbankannya karena tidak memungkinkan memberikan kontribusi maksimal di satu bidang jika waktu terbagi konsentrasi setengah-setengah. Perjalanan Indonesia-Amerika harus dia lalui sementara jadwal kuliah di Indonesia juga harus dikerjakan dari Pagi hingga Sore, membuat hidupnya lama-lama tidak sehat. Akhirnya dengan berat hati, kuliah formal S1 di Fakultas Hukum-nya harus ditinggalkan dan dia menggantinya dengan kuliah akademik sistem *on-line* dari universitas di Amerika Serikat dengan Jurusan Ilmu Politik.

Di tengah artis Indonesia yang tidak pernah peduli dengan pendidikan formalnya, namun Agnes Monica tetap membuktikannya untuk selalu menganggap penting dunia pendidikan. Semua itu dilakukan, karena ada nilai kesediaan atau kemauannya untuk berubah ke arah kehidupan yang lebih baik menurut versinya.

Dan dalam kasus ini, maka Agnes Monica dapat dikatakan sebagai pribadi manusia yang memenuhi ciri-ciri sebagai jenis masyarakat sebagai berikut:

- a. Masyarakat Moderat: yaitu masyarakat yang selalu mengikuti perkembangan zaman dan termasuk golongan yang mudah untuk menerima perubahan untuk diinternalisasi bagi diri mereka. Golongan masyarakat ini memiliki kemampuan untuk cepat menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut tanpa mengurangi penghayatan jati diri dan tatanan nilai norma sosial asli yang berlaku bagi diri mereka pribadi yang sebelumnya sudah tertanam. Hal ini ditunjukkan Agnes Monica dengan kepiawaiannya dalam berbahasa Inggris untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan globalisasi. Selain itu, Agnes juga termasuk orang yang fleksibel untuk mau berubah dalam menjaga kesehatannya dengan olahraga dan gym. Selain itu, tidak pantang menyerah dalam menyelesaikan pendidikan dan tuntutan perubahan *image* dari karirnya sebagai penyanyi internasional.
- b. Masyarakat Pengikut (*Follower*): yaitu masyarakat yang hanya bisa mengikuti arus perubahan tersebut tanpa berpikir kritis kembali nilai baik atau buruk dari perubahan tersebut. Golongan ini cepat dipengaruhi oleh perubahan. Dalam hal ini, gaya "*western*" yang ditampilkan Agnes dalam berpakaian menunjukkan bahwa pribadinya pun dapat dikategorikan sebagai masyarakat pengikut dan peniru atas kiblat fashion dari *trend* tertentu di negara atau budaya lain yang notabene-nya bukan dari tanah kelahirannya yaitu Indonesia.
- c. Masyarakat Inovator (Penemu); Golongan masyarakat ini adalah masyarakat yang kreatif dimana mereka mempunyai peran penting untuk menentukan arus arah perubahan itu datang akan dibawa kemana saja? Dengan kemampuan inovasinya, tak jarang orang ini mempunyai pengaruh besar dalam kehidupan sosial sehingga inovasinya diikuti oleh sebagian masyarakat lainnya karena dianggap memiliki nilai guna lebih dibandingkan sesuatu yang sudah ada sebelumnya. Jika sosialisasi informasi penemuannya berhasil diterima oleh masyarakat, tak menutup kemungkinan inovasinya tersebut menjadi kiblat atau acuan bagi *trendsetter* nasional maupun dunia.

Di sisi lain, Agnes Monica juga dapat dikategorikan sebagai masyarakat inovator dalam beberapa hal kebaikan. Salah satunya adalah tekad kuatnya untuk selalu tampil "*Sempurna/Perfect*" dalam menjalankan kewajibannya. Dapat tampil sebagai Remaja yang Kuat, Cerdas, berpegang teguh untuk Nasionalis dengan caranya sendiri. Visinya untuk menunjukkan pada dunia bahwa anak muda Indonesia pun dapat tampil di dunia Internasional dengan kualitas yang setara tanpa harus berpindah kewarganegaraan. Gaya hidup sehat dan berolahraga-nya dapat menjadi inspirasi bagi pemuda Indonesia untuk tidak mudah menyerah dalam menggapai impian. Selain itu prestasinya di bidang akademik, juga melunturkan citra "*Selebritis atau Artis*" yang hanya bisa hidup "*Glamour*" saja tanpa "berpendidikan" dan pintar. Selain itu penampilan koreografi-nya saat tampil di panggung menjadi inspirasi tersendiri bagi publik khususnya komunitas *dance* di Indonesia untuk selalu dikembangkan dan diberdayakan.

Analisa Tipologi Perubahan berdasarkan Perubahan yang dikehendaki Menurut Sunarto (1993: 202-203):

Karena keanekaragaman gerakan sosial yang sangat besar, maka berbagai ahli sosiologi mencoba mengklasifikasikannya dengan menggunakan criteria tertentu. David Aberle, misalnya menggunakan kriteria tipe perubahan yang dikehendaki (perubahan perorangan atau perubahan sosial) dan besarnya perubahan yang diinginkan (perubahan untuk sebagian atau perubahan menyeluruh), membedakan 4 tipe gerakan sosial (Lihat Giddens, 1989: 625; Light, Keller dan Calhoun, 1989: 599-600). Tipologi Aberle adalah sebagai berikut:

1. *Alterative Movement* merupakan gerakan yang bertujuan merubah sebagian perilaku perorangan. Dalam kategori ini dapat kita masukkan berbagai kampanye untuk merubah perilaku tertentu, seperti misalnya kampanye agar orang tidak merokok, tidak minum minuman keras, dan tidak menyalahgunakan zat. Dengan semakin menyebarnya penyakit AIDS kini pun banyak dilancarkan kampanye agar orang melakukan hubungan seks dengan bertanggung jawab.

Analisa: Jika dikaitkan dengan penelitian ini yang mengangkat tipologi perubahan citra Agnes Monica sebagai penyanyi internasional, maka perubahan diri yang ada pada Agnes Monica dapat mempengaruhi sebagian perilaku dari masyarakat penggemarnya untuk dapat hidup sehat seperti dirinya, berjiwa sosial seperti dirinya seperti peduli pada Yayasan Anak Kanker Indonesia, Pengrajin di Desa pedalaman dan berjiwa pendidikan seperti dirinya dan pandai berbahasa Inggris.

2. *Redemptive Movement* merupakan ruang lingkup yang lebih luas daripada *Alterative Movement*, karena yang hendak dicapai ialah perubahan menyeluruh pada perilaku perorangan. Gerakan ini kebanyakan terdapat di bidang agama; melalui gerakan ini, misalnya perorangan diharap untuk bertobat dan merubah cara hidupnya sesuai dengan ajaran agama.

Analisa: Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka kampanye yang sedang digalakkan Agnes tentang kasih melalui lagunya yaitu "*I Am Generation of Love*" akan menginspirasi pemuda atau remaja di Indonesia untuk berubah secara keseluruhan dengan menyebarkan sifat-sifat positif kepada sesama manusia. Pesan dalam kampanye itu antara lain: Kasih sayang, saling memaafkan, tidak tertawa dan bahagia di atas penderitaan orang lain, tidak bebas menghina, memfitnah orang lain di media sosial, tidak terlalu mengusik kehidupan orang lain yang bukan menjadi urusannya dan berdayakan untuk ramah dengan kata "*3 Magic Words* yaitu: Tolong, Terima kasih dan Mohon Maaf".

3. *Reformative Movement*, pada tipe ini yang hendak diubah bukan perorangan melainkan masyarakat namun ruang lingkup yang diubah hanya segi-segi tertentu masyarakat, misalnya gerakan kaum homoseks untuk memperoleh pengakuan terhadap gaya hidup mereka, atau gerakan kaum wanita untuk memperjuangkan persamaan hak dengan pria. Gerakan *people power* di Filipina atau gerakan menentang

Perdana Menteri Suchinda di Thailand pun dapat dikategorikan dalam tipe ini karena tujuannya terbatas, yaitu pergantian pemerintah.

Analisa: Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka jenis perubahan ini tidak dapat diaplikasikan untuk menganalisa perubahan citra diri Agnes Monica sebagai Pribadi Manusia secara Individu. Pada level ini, perubahan diprakarsai oleh Komunitas atau kelompok tertentu bukan dari sosok figur individu tertentu.

4. *Transformative Movement*, di lain pihak, merupakan gerakan untuk merubah masyarakat secara menyeluruh. Gerakan kaum Khmer Rouge untuk menciptakan masyarakat komunis di Cambodia- suatu proses dalam mana seluruh penduduk kota dipindahkan ke desa dan lebih dari satu juta orang Cambodia kehilangan nyawa mereka karena dibunuh kaum Khmer Merah, menderita kelaparan atau sakit- merupakan contoh ekstrem dari gerakan sosial semacam ini. Gerakan transformasi yang dilancarkan rezim komunis di Uni Soviet pada tahun 30-an serta di Cina sejak akhir 40-an pun mengakibatkan jatuhnya jutaan korban jiwa. Gerakan orang-orang India yang dianggap tak berkasta untuk menentang diskriminasi oleh orang-orang dari kasta-kasta bawah, menengah dan atas pun dapat dikategorikan dalam tipe ini karena keberhasilan gerakan mereka akan berarti pula perombakan mendasar pada masyarakat India.

Analisa: Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka jenis perubahan ini tidak dapat diaplikasikan untuk menganalisa perubahan citra diri Agnes Monica sebagai Pribadi Manusia secara Individu. Pada level ini, perubahan diprakarsai oleh komunitas atau gerakan masyarakat tertentu yang sifatnya kolektif bukan dari sosok figur individu tertentu.

Tinjauan Perubahan Citra Agnez Mo pada Perspektif Psikologi Komunikasi.

Teori ini berdasarkan anggapan bahwa perubahan perilaku individu itu tergantung kepada kebutuhan. Hal ini berarti bahwa stimulus yang dapat mengakibatkan perubahan perilaku seseorang apabila stimulus tersebut dapat dimengerti dalam konteks kebutuhan orang tersebut. Menurut Katz (1960) perilaku dilatarbelakangi oleh kebutuhan individu yang bersangkutan. Katz berasumsi bahwa:

- a. Perilaku itu memiliki fungsi instrumental, artinya dapat berfungsi dan memberikan pelayanan terhadap kebutuhan. Seseorang dapat bertindak (berperilaku) positif terhadap objek demi pemenuhan kebutuhannya. Sebaliknya bila objek tidak dapat memenuhi kebutuhannya maka ia akan berperilaku negatif. Analisa: Agnes Monica sebagai Pribadi Manusia biasa mempunyai pilihan untuk berubah dalam perilaku terkait dengan fungsi psikologis yang ada ditubuhnya. Perubahan itu bisa menjadi positif maupun perubahan negatif, tergantung dari objek yang dihadapinya. Ketika Agnes Monica menemukan objek yang dapat membantunya untuk memenuhi segala kebutuhannya sebagai manusia, maka Agnes akan berperilaku positif terhadap objek tersebut. Namun ketika Agnes Monica dihadapkan pada objek tertentu yang tidak mendukungnya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, perilaku Agnes

Monica pun dapat berubah menjadi negatif. Perubahan alamiah yang dialami Agnes Monica menuntut dia untuk dapat menyesuaikan diri untuk berubah selera dalam berpakaian, merias diri dan berpemikiran sesuai dengan konsep yang membuatnya makin nyaman dan positif. Pribadi “Sporty”, “Energik” dan “Dinamis” adalah cermin dari pribadi Agnes Monica yang ingin ditunjukkan saat ini. Untuk itu, dia lebih cenderung memilih gaya penampilan atau busana yang menurutnya simpel dan memudahkannya dalam bergerak dan eksplorasi. Walau terkadang pilihannya itu dapat disalahartikan bagi masyarakat lain yang menganggapnya terlalu seksi dan kebarat-baratan.

- b. Perilaku dapat berfungsi sebagai defence mechanism atau sebagai pertahanan diri dalam menghadapi lingkungannya. Artinya dengan perilakunya, dengan tindakan-tindakannya, manusia dapat melindungi ancaman-ancaman yang datang dari luar. Analisa: Jika dikaitkan dengan penelitian ini, perubahan citra diri Agnes Monica dari Penyanyi Cilik ke Penyanyi Remaja hingga ke Penyanyi Dewasa dengan gaya penampilan yang berbeda dapat diidentifikasi sebagai salah satu strateginya untuk dapat selalu bertahan dan eksis di industri dunia hiburan Indonesia maupun internasional dengan terobosan dan inovasi tertentu serta menjangkau segmentasi selera pasar dari kalangan tertentu.
- c. Perilaku berfungsi sebagai penerima objek dan memberikan arti. Dalam peranannya dengan tindakannya itu, seseorang senantiasa menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Dengan tindakan sehari-hari tersebut seseorang telah melakukan keputusan-keputusan sehubungan dengan objek atau stimulus yang dihadapi. Pengambilan keputusan yang mengakibatkan tindakan-tindakan tersebut dilakukan secara spontan dan dalam waktu yang singkat. Analisa: Perubahan gaya busana Agnes Monica beserta dengan Penampilannya dapat diidentifikasi sebagai proses penyesuaian dirinya menuju kedewasaan dengan kiblat pada tatanan tertentu. Untuk kasus ini, Agnes lebih dominan untuk memegang falsafah hidupnya dengan mengambil tatanan pemikiran kedewasaan ala internasional pengaruh budaya “western”. Gerakan kampanye ‘*I Am Generation of Love*’ yang dilakukannya adalah salah satu perilaku yang dapat memberikan arti atas sumbangsuhnya sebagai pemuda Indonesia untuk memperbaiki keadaan mental pemuda/i Indonesia saat ini yang jauh dari kasih sayang dan memaafkan. Kampanye yang dilakukannya ini melalui lagu dan aksi nyata-nya merupakan kritiknya kepada keadaan yang seharusnya berubah dan haruslah bersikap dewasa di era globalisasi.
- d. Perilaku berfungsi sebagai nilai ekspresif dari diri seseorang dalam menjawab suatu situasi. Nilai ekspresif ini berasal dari konsep diri seseorang dan merupakan pencerminan dari hati sanubari. Oleh sebab itu perilaku itu dapat merupakan “layar” dimana segala ungkapan diri orang dapat dilihat. Misalnya orang yang sedang marah, senang, gusar, dan sebagainya dapat dilihat dari perilaku atau tindakannya. Analisa: Lagu “*I Am Generation of Love*” yang dibawakan Agnes Monica

merupakan aplikasi perilakunya yang dapat diidentifikasi sebagai nilai ekspresifnya untuk menjawab suatu situasi. Berawal dari keprihatinannya melihat pemuda Indonesia sekarang yang dapat sembarang sumpah serapah, menghina orang lain di media sosial, begitu enggan untuk mengucapkan permintaan maaf atau meminta tolong, menggerakkan hatinya sebagai musisi dan penyanyi untuk menciptakan lirik lagu tersebut, yang isinya sebenarnya berupa sumpah kasih sayang bagi pemuda agar tidak bahagia di atas penderitaan orang lain. Ada misi dibalik itu, untuk menyebarkan ajaran kebaikan didalamnya dan sebagai bentuk partisipasinya dalam menghimbau para penggemarnya untuk selalu berpikir dan berbuat positif (memberikan pengaruh positif). Selain itu, perilaku Agnes Monica yang sering mengunggah pesan-pesan di akun media sosialnya dapat diidentifikasi sebagai nilai ekspresif dirinya untuk menjawab suatu situasi, apakah itu untuk menjawab kritikan *haters* kepadanya, menjawab sapaan *fans*-nya, bahkan untuk berpesan promosi terkait album dan perubahan nama panggungnya menjadi Agnez Mo sekarang.

Teori ini berkeyakinan bahwa perilaku itu mempunyai fungsi untuk menghadapi dunia luar individu dan senantiasa menyesuaikan diri dengan lingkungannya menurut kebutuhannya. Oleh sebab itu didalam kehidupan manusia, perilaku itu tampak terus-menerus dan berubah secara relatif. Oleh karena itu, proses perubahan diri Agnes Monica sebagai pribadi manusia dapat kita percayai sebagai salah satu caranya untuk menghadapi dunia luar individu termasuk agar bertahan dengan eksistensinya sebagai *entertainer* dan siap bersaing di era globalisasi ini terutama dapat diterima di pasar industri hiburan Hollywood, Amerika Serikat.

KESIMPULAN

Agnes Monica sebagai manusia bisa diyakini pasti mengalami perubahan dalam kehidupannya. Dalam konteks pekerjaannya sebagai *entertainer* pun, Agnes Monica diyakini mengalami perubahan dalam konsep dirinya untuk bernampilan, berpemikiran dan berkarya. Perubahan "*branding*" Agnes Monica menjadi "Agnez Mo" merupakan cikal bakal dari penelitian ini. Penulis berusaha memetakan tipologi perubahan yang terjadi pada Citra Agnes Monica sebagai Penyanyi Internasional diawali dari perubahan "*branding*" itu jika dilihat dari perspektif psikologi komunikasi.

Perubahan yang dialami oleh Agnes Monica sebagai pribadi manusia biasa sebagai penyanyi internasional, dapat dianalisis sesuai dengan Teori Fungsi dalam perspektif psikologi komunikasi. Teori Fungsi ini diprakarsai oleh pemikiran aliran Psikologi Kognitif yang menyatakan sesungguhnya manusia itu adalah homo sapiens (makhluk berpikir).

Teori ini berdasarkan anggapan bahwa perubahan perilaku individu itu tergantung kepada kebutuhan. Hal ini berarti bahwa stimulus yang dapat mengakibatkan perubahan perilaku seseorang apabila stimulus tersebut dapat dimengerti dalam konteks kebutuhan orang tersebut.

Menurut Katz (1960) perilaku dilatarbelakangi oleh kebutuhan individu yang bersangkutan. Katz berasumsi bahwa:

Perilaku itu memiliki fungsi instrumental. Agnes Monica sebagai Pribadi Manusia biasa mempunyai pilihan untuk berubah dalam perilaku terkait dengan fungsi psikologis yang ada ditubuhnya. Perubahan itu bisa menjadi positif maupun perubahan negatif, tergantung dari objek yang dihadapinya. Ketika Agnes Monica menemukan objek yang dapat membantunya untuk memenuhi segala kebutuhannya sebagai manusia, maka Agnes akan berperilaku positif terhadap objek tersebut. Namun ketika Agnes Monica dihadapkan pada objek tertentu yang tidak mendukungnya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, perilaku Agnes Monica pun dapat berubah menjadi negatif. Perubahan alamiah yang dialami agnes monica menuntut dia untuk dapat menyesuaikan diri untuk berubah selera dalam berpakaian, merias diri dan berpemikiran sesuai dengan konsep yang membuatnya makin nyaman dan positif. Pribadi “*Sporty*”, “*Enerjik*” dan “*Dinamis*” adalah cermin dari pribadi Agnes Monica yang ingin ditunjukkan saat ini. Untuk itu, dia lebih cenderung memilih gaya penampilan atau busana yang menurutnya simpel dan memudahkannya dalam bergerak dan eksplorasi. Walau terkadang pilihannya itu dapat disalahartikan bagi masyarakat lain yang menganggapnya terlalu seksi dan kebarat-baratan.

Perilaku dapat berfungsi sebagai *defence mechanism* atau sebagai pertahanan diri dalam menghadapi lingkungannya. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, perubahan citra diri Agnes Monica dari Penyanyi Cilik ke Penyanyi Remaja hingga ke Penyanyi Dewasa dengan gaya penampilan yang berbeda dapat diidentifikasi sebagai salah satu strateginya untuk dapat selalu bertahan dan eksis di industri dunia hiburan Indonesia maupun internasional dengan terobosan dan inovasi tertentu serta menjangkau segmentasi selera pasar dari kalangan tertentu.

Perilaku berfungsi sebagai penerima objek dan memberikan arti. Perubahan gaya busana Agnes Monica beserta dengan Penampilannya dapat diidentifikasi sebagai proses penyesuaian dirinya menuju kedewasaan dengan kiblat pada tatanan tertentu. Untuk kasus ini, Agnes lebih dominan untuk memegang falsafah hidupnya dengan mengambil tatanan pemikiran kedewasaan ala internasional pengaruh budaya “*western*”. Gerakan kampanye “*I Am Generation of Love*” yang dilakukannya adalah salah satu perilaku yang dapat memberikan arti atas sumbangsuhnya sebagai pemuda Indonesia untuk memperbaiki keadaan mental pemuda/i Indonesia saat ini yang jauh dari kasih sayang dan memaafkan. Kampanye yang dilakukannya ini melalui lagu dan aksi nyata-nya merupakan krtitikannya kepada keadaan yang seharusnya berubah dan haruslah bersikap dewasa di era globalisasi.

Perilaku berfungsi sebagai nilai ekspresif dari diri seseorang dalam menjawab suatu situasi. Lagu “*I Am Generation of Love*” yang dibawakan Agnes Monica merupakan aplikasi perilakunya yang dapat diidentifikasi sebagai nilai ekspresifnya untuk menjawab suatu situasi. Berawal dari keprihatinannya melihat pemuda Indonesia sekarang yang dapat

sembarang sumpah serapah, menghina orang lain di media sosial, begitu enggan untuk mengucapkan permintaan maaf atau meminta tolong, menggerakkan hatinya sebagai musisi dan penyanyi untuk menciptakan lirik kagu tersebut, yang isinya sebenarnya berupa sumpah kasih sayang bagi pemuda agar tidak bahagia di atas penderitaan orang lain. Ada misi dibalik itu, untuk menyebarkan ajaran kebaikan didalamnya dan sebagai bentuk partisipasinya dalam menghimbau para penggemarnya untuk selalu berpikir dan berbuat positif (memberikan pengaruh positif).

Selain itu, perilaku Agnes Monica yang sering mengunggah pesan-pesan di akun media sosialnya dapat diidentifikasi sebagai nilai ekspresif dirinya untuk menjawab suatu situasi, apakah itu untuk menjawab kritikan *haters* kepadanya, menjawab sapaan *fans*-nya, bahkan untuk berpesan promosi terkait album dan perubahan nama panggungnya menjadi Agnez Mo sekarang.

Berbicara tentang tipologi perubahan, terdiri atas: Perubahan Alamiah (*Natural Change*), Perubahan terencana (*Planned Change*), Kesiapan untuk berubah (*Readiness to Change*). Pada tipologi ini, Agnes Monica mengalami perubahan alamiah dari bentuk fisiknya dahulu sebagai penyanyi cilik yang lucu, imut dan cerdas kini citra agnes monica berubah menjadi penyanyi wanita dewasa internasional yang “*sporty*”, “*energik*”, “*ambisius*” dan “*seksi*”. Perubahan terencana yang dilakukan Agnes Monica terepresentasi dari pemilihan konsep busana, selera musik dan gaya berpemikiran pada dewasa ala internasional mindset pada kiblat “*western urban style*”. Sedangkan kesiapan untuk berubah direpresentasikan Agnes Monica, ketika dia berhasil membuktikannya di bidang akademik, menyelaraskan keharmonisan antara karirnya sebagai *entertainer* dan siswi yang berprestasi dengan program *akselerasi* dan *beasiswa* dari sekolah pelita harapan.

Selain itu, David Aberle dalam Sunarto (1993: 202-203) menggunakan kriteria tipe perubahan yang dikehendaki (perubahan perorangan atau perubahan sosial) dan besarnya perubahan yang diinginkan (perubahan untuk sebagian atau perubahan menyeluruh), membedakan 4 tipe gerakan sosial yaitu *Alterative Movement*, *Redemptive Movement*, *Reformative Movement* dan *Transformative Movement*. Dalam jenis tipologi ini, Perubahan Citra Diri Agnes Monica sebagai Penyanyi Internasional hanya dapat dianalisa dan dipetakan dalam 2 tipologi saja, yaitu *Alterative Movement* dan *Redemptive Movement*.

Agnes Monica sebagai manusia biasa tentunya mempunyai kekurangan dan kelebihan. Perubahan citra diri Agnes Monica dalam konteks pekerjaannya sebagai penyanyi internasional hendaknya dapat diinterpretasikan sebagai strateginya dalam mempertahankan eksistensi di panggung hiburan dan menghadapi dunia luar individu dari perspektif psikologi komunikasi untuk selalu mencari kenyamanan dan kebahagiaan menurut filosofi hidupnya.

Penelitian ini dapat dijadikan penelitian pendahuluan bagi praktisi lain untuk mengukur seberapa besar pengaruh budaya “*western*” dan “*pop culture*” terhadap gaya hidup Agnes Monica atau Remaja Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat. (2005). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hutagalung, Inge. (2015). *Teori-Teori Komunikasi Dalam Pengaruh Psikologi*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kasali, Rhenald. (2009). *Strategi Perubahan*. Jakarta: Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kompas Kita. Surat Kabar Kompas
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Pawito. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Lkis.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung: Remaja Rosadakarya.
- Sunarto, Kamanto. (1993). *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- www.kompas.com
- www.liputan6.com (showbiz)

