

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Impression management merupakan strategi yang digunakan oleh individu maupun organisasi untuk mengontrol, mengatur, dan membentuk kesan yang muncul dalam persepsi orang lain. *Impression management* digunakan oleh *Public relations* untuk memahami serta mengarahkan bagaimana publik memandang organisasi. *Impression management* dipahami sebagai upaya membangun citra atau persepsi positif yang diharapkan, dengan tujuan mendukung reputasi, meningkatkan kepercayaan, maupun mencapai target tertentu. Proses ini biasanya dilakukan melalui pengelolaan pesan, cara berkomunikasi, serta penampilan fisik maupun *digital* organisasi, termasuk di media sosial atau *website* resmi perusahaan. Bagi praktisi *public relations*, *impression management* menjadi bagian penting dalam aktivitas komunikasi strategis untuk menampilkan citra yang sesuai dengan tujuan perusahaan.

Public relations PT Trifos Internasional Sertifikasi menjalankan fungsinya melalui berbagai aktivitas komunikasi, salah satunya dengan membangun dan mengelola kesan publik terhadap perusahaan. PT Trifos Internasional Sertifikasi merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa sertifikasi (SVLK, ISPO, PPIU, PJK3), inspeksi (MARINE, DRAUGHT SURVEY) dan pelatihan. Perusahaan yang didirikan tahun 2015 di Yogyakarta ini terus bertumbuh seiring dengan makin kokohnya pondasi manajemen dan sumber daya manusianya. Berdasarkan

informasi dari laman tric-indonesia.com menjelaskan bahwa TRIC berkomitmen memberikan layanan sertifikasi yang dijalankan secara objektif dan independen, sesuai dengan prinsip ketidakberpihakan serta ketentuan regulasi yang berlaku.

Proses sertifikasi pada dasarnya dilakukan melalui tahapan audit, yaitu pemeriksaan sistematis untuk memastikan bahwa suatu perusahaan telah memenuhi standar atau persyaratan yang ditetapkan. Audit menjadi tahap yang sangat penting karena seluruh proses verifikasi dilakukan di dalamnya, apabila pemeriksaan tidak dilakukan dengan benar, maka akan muncul celah yang memungkinkan terjadinya penyimpangan oleh pihak-pihak tertentu.

Lembaga sertifikasi juga memiliki kewenangan untuk melakukan audit khusus atau audit mendadak apabila terdapat laporan yang mengindikasikan adanya pelanggaran. Pada kondisi tersebut, TRIC sebagai lembaga sertifikasi akan menurunkan tim ke lapangan untuk memeriksa apakah kondisi yang dilaporkan benar terjadi. Apabila hasil audit menunjukkan bahwa perusahaan tidak lagi memenuhi standar atau melakukan pelanggaran, TRIC memiliki kewenangan untuk mencabut sertifikat yang telah diberikan. Hal ini dilakukan sebagai bentuk komitmen TRIC terhadap prinsip independensi dan integritas dalam seluruh proses sertifikasi.

Berdasarkan laporan Edelmans Trust Barometer Indonesia 2023, tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap sektor bisnis mencapai skor 82, yang menempatkan sektor bisnis dalam kategori *trusted*. Fakta ini menunjukkan bahwa publik menilai lembaga bisnis memiliki peran penting dalam menjaga integritas,

etika, dan transparansi dalam menjalankan aktivitasnya. Tingginya kepercayaan publik tersebut juga menciptakan ekspektasi yang besar setiap lembaga bisnis, termasuk lembaga jasa profesional seperti PT Trifos Internasional Sertifikasi.

PT Trifos Internasional Sertifikasi sebagai lembaga sertifikasi yang mengusung nilai *Integrity, Respect, Innovative, dan Collaborative*, TRIC tidak hanya berfokus pada hasil akhir proses sertifikasi, tetapi juga berupaya membangun citra sebagai lembaga yang kredibel, transparan, dan profesional di mata publik. Sebagai lembaga sertifikasi yang berkembang pesat, PT Trifos Internasional Sertifikasi memiliki sejumlah keunggulan yang membedakannya dari kompetitor sejenis. TRIC menawarkan layanan terintegrasi yang mencakup sertifikasi, inspeksi, dan pelatihan, sehingga memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk memenuhi berbagai kebutuhan pemenuhan standar dalam satu lembaga.

Berdasarkan informasi dari laman tric-indonesia.com menjelaskan bahwa TRIC telah mengantongi akreditasi resmi dari Komite Akreditasi Nasional (KAN), termasuk sebagai lembaga verifikasi legalitas kayu dan lembaga inspeksi, yang memperkuat kredibilitasnya dalam memberikan layanan berbasis *trust*. TRIC juga dikenal memiliki tim auditor yang profesional dan adaptif, serta pendekatan layanan yang responsif dan konsultatif, sehingga membuat lembaga ini semakin dipercaya oleh berbagai klien industri. Kombinasi layanan yang luas, kompetensi teknis, dan nilai-nilai TRIC menjadikan TRIC memiliki posisi yang kuat sebagai lembaga sertifikasi yang kompeten dan dapat diandalkan.

Berdasarkan informasi dari laman tric-indonesia.com menjelaskan bahwa akreditasi PT Trifos Internasional Sertifikasi sebagai Lembaga Inspeksi Terakreditasi oleh Komite Akreditasi Nasional (KAN) menjadi bukti komitmen perusahaan dalam memberikan layanan inspeksi yang terpercaya dan sesuai standar internasional. Status akreditasi ini menunjukkan bahwa TRIC telah memenuhi persyaratan ketat terkait kompetensi, ketidakberpihakan, dan konsistensi operasional, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Akreditasi ini juga mendorong penerapan proses kerja yang lebih efisien serta perbaikan berkelanjutan dalam sistem inspeksi. Pengakuan ini sekaligus memperkuat daya saing TRIC di tingkat nasional maupun internasional dan membuka peluang kerja sama yang lebih luas dengan berbagai sektor industri.

Keunggulan PT Trifos Internasional Sertifikasi dapat dilihat dari pencapaian akreditasi ISO/IEC 17020 sebagai lembaga inspeksi yang mensyaratkan kompetensi teknis, ketidakberpihakan, dan konsistensi secara internasional dalam aktivitas inspeksi. Akreditasi ini memberikan nilai tambah bagi TRIC karena hasil inspeksinya mampu memenuhi standar global dan meningkatkan kredibilitas klien di pasar internasional.

PT Trifos Internasional Sertifikasi juga tercatat sebagai anggota Asosiasi Lembaga Sertifikasi Indonesia (ALSI) dengan ruang lingkup sertifikasi yang terakreditasi secara nasional, seperti LVLK dan PPIU, yang menunjukkan pertanggungjawaban dan transparansi layanan sertifikasi. PT Global Inspeksi Sertifikasi (GIS) beroperasi sebagai lembaga sertifikasi dengan cakupan layanan yang lebih terbatas dan fokus pada skema sertifikasi sistem manajemen tertentu.

Tidak semua ruang lingkup kompetensi inspeksi terstandarisasi melalui ISO/IEC 17020 sebagaimana yang dimiliki TRIC. Hal ini menunjukkan bahwa TRIC memiliki keunggulan tersendiri dalam kapabilitas inspeksi yang terakreditasi secara internasional, yang berpotensi meningkatkan kepercayaan pasar terhadap hasil inspeksi dan memperkuat posisi kompetitifnya.

PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) baru berdiri selama 10 tahun, perusahaan ini telah berhasil menjalin kerja sama dengan banyak klien dari sektor pemerintah maupun swasta, seperti Kementerian Perindustrian, WWF Indonesia, hingga berbagai perusahaan manufaktur dan eksportir. Pencapaian ini menunjukkan bahwa TRIC mampu membangun kepercayaan publik dan citra profesional dalam kurun waktu 10 tahun.

Keberhasilan tersebut tidak hanya diperoleh melalui kualitas layanan teknis semata, melainkan juga melalui kemampuan perusahaan dalam mengelola kesan dan membentuk persepsi positif di mata publik. Praktik *impression management* menjadi strategi penting bagi TRIC untuk menunjukkan kompetensi, independensi, serta kredibilitasnya sebagai lembaga sertifikasi yang masih berkembang. Pengelolaan cara perusahaan menampilkan diri melalui komunikasi, publikasi, serta interaksi profesional berperan dalam memperkuat reputasi yang sudah terbentuk sekaligus mempertahankan kepercayaan dari para pemangku kepentingan.

Berdasarkan pencarian literatur yang tersedia, belum ditemukan penelitian yang secara khusus membahas strategi *impression management* yang diterapkan

oleh PT Trifos Internasional Sertifikasi dalam membangun citra profesionalnya. Kekosongan kajian ini menunjukkan bahwa bagaimana TRIC mengelola kesan, menyusun komunikasi publik, serta membentuk persepsi positif sebagai lembaga sertifikasi masih belum banyak diungkap dalam penelitian sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam strategi *impression management* yang digunakan TRIC, baik melalui aktivitas komunikasi, publikasi, maupun interaksi dengan para pemangku kepentingan. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk memahami bagaimana strategi tersebut mendukung pembentukan citra profesional serta memperkuat kepercayaan publik terhadap TRIC sebagai lembaga sertifikasi.

Penelitian ini dilakukan di PT Trifos Internasional Sertifikasi yang berlokasi di Jalan Anthurium No. 01, Dusun Banjasari, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian karena merupakan kantor pusat operasional TRIC dan menjadi pusat koordinasi berbagai kegiatan sertifikasi, inspeksi, serta aktivitas komunikasi perusahaan. Kantor pusat ini juga menjadi tempat berlangsungnya berbagai kegiatan kehumasan, seperti penyusunan pesan komunikasi, pengelolaan media, hubungan dengan klien, serta aktivitas publikasi resmi perusahaan. Lokasi ini dianggap tepat untuk mengamati secara langsung bagaimana strategi *impression management* dirancang dan dijalankan oleh Humas TRIC dalam membangun citra profesional di mata publik.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pentingnya pengelolaan kesan (*impression management*) yang dilakukan oleh perusahaan, khususnya PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC), yang telah beroperasi selama sepuluh tahun. PT

Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) mampu mempertahankan eksistensi serta membangun kepercayaan publik sebagai lembaga sertifikasi yang profesional. Penelitian ini menjadi penting dan memiliki urgensi untuk mengkaji secara mendalam strategi *impression management* yang diterapkan oleh PT Trifos Internasional Sertifikasi dalam membangun dan mempertahankan citra profesional di mata publik dan pemangku kepentingan.

Penelitian yang dikaji ini berjudul “Strategi *Impression Management* PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) Dalam Membangun Citra Profesional”. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana aktivitas komunikasi, publikasi, serta interaksi yang dilakukan oleh TRIC berperan dalam menciptakan persepsi positif dan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap lembaga sertifikasi tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan bentuk - bentuk *impression management* yang muncul dalam praktik komunikasi TRIC, baik melalui media digital maupun interaksi langsung dengan klien.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini memfokuskan rumusan permasalahan mengenai “*Impression Management* PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) dalam Membangun Citra Profesional”.

1. Bagaimana PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) menerapkan strategi *ingratitude* dalam upaya membangun citra profesional?
2. Bagaimana PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) menerapkan strategi *self-promotion* dalam membangun citra profesional?

3. Bagaimana PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) menerapkan strategi *exemplification* dalam membangun citra profesional?
4. Bagaimana PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) menerapkan strategi *supplication* dalam membangun citra profesional?
5. Bagaimana PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) menerapkan strategi *intimidation* dalam membangun citra profesional?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian mengenai *Impression Management* PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) yakni:

1. Mengetahui penerapan strategi *ingratiation* yang dilakukan PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) dalam membangun citra profesional.
2. Mengetahui penerapan strategi *self-promotion* yang dilakukan PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) dalam membangun citra profesional.
3. Mengetahui penerapan strategi *exemplification* yang dilakukan PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) dalam membangun citra profesional.
4. Mengetahui penerapan strategi *supplication* yang dilakukan PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) dalam membangun citra profesional.
5. Mengetahui penerapan strategi *intimidation* yang dilakukan PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) dalam membangun citra profesional.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan pengetahuan baru tentang *impression management* untuk para

akademisi dan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan dapat memberikan pemahaman mengenai penerapan teori *impression management* dalam konteks lembaga jasa profesional yang bergerak di bidang sertifikasi, inspeksi, dan pelatihan. Kerangka analisis menggunakan *impression management* diharapkan dapat memberikan gambaran untuk mengkaji strategi pengelolaan kesan digunakan untuk membangun citra profesional, kredibilitas, serta kepercayaan publik terhadap lembaga sertifikasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji *impression management*, khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan kesan dan pembentukan citra perusahaan pada lembaga jasa profesional.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini memberikan gambaran kepada praktisi kehumasan mengenai penerapan strategi *impression management* dalam meningkatkan kredibilitas, integritas, dan kepercayaan publik terhadap lembaga. Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan dalam menyusun dan mengembangkan strategi *impression management* khususnya pada lembaga sertifikasi. Penelitian ini diharapkan sebagai refleksi dan evaluasi strategi *impression management* bagi PT Trifos Internasional Sertifikasi sebagai refleksi dan evaluasi strategi *impression management*.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Teori pengelolaan kesan (*impression management*) merupakan bagian dari upaya presentasi diri yang dilakukan individu maupun organisasi untuk mengatur bagaimana mereka dipersepsikan oleh pihak lain. Jones dan Pittman menjelaskan

bahwa individu menggunakan berbagai strategi perilaku untuk membentuk kesan tertentu sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Jones dan Pittman (1982:235) mengembangkan sebuah klasifikasi strategi *impression management* yang merangkum beragam bentuk perilaku presentasi diri. Klasifikasi ini dipandang sebagai salah satu kerangka yang paling komprehensif dan banyak digunakan dalam kajian *impression management*. Jones dan Pittman mengklasifikasikan lima strategi utama dalam presentasi diri, yaitu *ingratation*, *self-promotion*, *exemplification*, *intimidation*, dan *supplication*

Teori *Impression Management* dari Jones dan Pittman digunakan untuk menganalisis bagaimana PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) menampilkan dirinya kepada publik. Peneliti dapat memahami strategi komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam menunjukkan profesionalisme dan kompetensinya sebagai lembaga sertifikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam bagaimana TRIC membentuk persepsi publik agar sesuai dengan citra yang diinginkan, serta bagaimana perusahaan menjaga kepercayaan dan kredibilitasnya di bidang jasa sertifikasi.

Penelitian ini menggunakan teori *impression management* menurut Jones dan Pittman. Menurut Jones dan Pittman terdapat lima tipologi strategi presentasi diri, sebagaimana menurut Kriyantono (2017:220), yaitu:

1. *Ingratation*

Strategi *ingratation* merupakan pendekatan yang digunakan organisasi untuk membangun kesan sebagai pihak yang ramah dan menyenangkan di mata publik. Organisasi berupaya menampilkan berbagai ekspresi dan

emosi positif selama berinteraksi dengan audiensnya. Bentuk penerapannya dapat terlihat dari sikap organisasi yang menunjukkan kepedulian, memberikan bantuan kepada publik, serta menghargai kebutuhan dan kepentingan mereka. Organisasi berharap dapat menciptakan hubungan yang hangat sekaligus memperkuat citra positif dihadapan masyarakat.

PT Trifos Internasional Sertifikasi telah menerapkan strategi *ingratation* melalui pemanfaatan media sosial dan website resmi sebagai sarana komunikasi dengan publik. TRIC secara aktif mempublikasikan berbagai kegiatan yang mencerminkan kepedulian sosial, seperti dokumentasi kegiatan pelatihan, kerja sama dengan berbagai pihak, serta aktivitas yang menunjukkan kontribusi perusahaan terhadap masyarakat. TRIC juga menampilkan konten yang bersifat informatif dan edukatif guna memberikan nilai tambah bagi audiens. Melalui penyajian konten tersebut, TRIC berupaya membangun kesan sebagai lembaga yang tidak hanya profesional, tetapi juga ramah, terbuka, dan peduli terhadap kebutuhan publik.

2. *Self – Promotion*

Strategi *self-promotion* digunakan oleh organisasi yang ingin dipersepsikan sebagai pihak yang kompeten dan memiliki komitmen tinggi. Pendekatan ini diwujudkan dengan menonjolkan berbagai pencapaian organisasi, menunjukkan kontribusi positif yang telah diberikan kepada publik, serta menampilkan penghargaan atau pengakuan yang berhasil

diraih. Organisasi berusaha membangun kesan bahwa mereka mampu, profesional, dan layak mendapatkan kepercayaan publik.

PT Trifos Internasional Sertifikasi aktif mempublikasikan berbagai pencapaian yang telah diraih perusahaan sebagai bentuk implementasi strategi *self-promotion*. Hal ini terlihat dari penyampaian informasi terkait perolehan sertifikasi dari Komite Akreditasi Nasional (KAN) serta standar internasional yang menunjukkan kompetensi dan kredibilitas lembaga dalam bidang sertifikasi. TRIC juga menampilkan rekam jejak kerja sama dan kolaborasi dengan berbagai klien dari beragam sektor sebagai bukti pengalaman profesional yang dimiliki.

Publikasi tersebut umumnya disampaikan melalui kanal komunikasi perusahaan seperti website dan media sosial, sehingga dapat diakses secara luas oleh publik. Melalui upaya ini, TRIC berusaha membangun dan memperkuat kepercayaan publik, sekaligus membentuk citra sebagai lembaga yang kompeten, profesional, dan layak menjadi mitra terpercaya melalui penonjolan prestasi serta pengalaman yang dimiliki.

3. *Exemplification*

Strategi *exemplification* digunakan oleh organisasi yang ingin membangun kesan sebagai pihak yang patut dijadikan teladan oleh organisasi lain. Pendekatan ini diwujudkan melalui tindakan-tindakan yang menunjukkan kemampuan unggul, integritas yang kuat, serta nilai-nilai positif yang dimiliki organisasi. Organisasi berusaha menunjukkan bahwa

mereka tidak hanya kompeten, tetapi juga memiliki karakter yang patut dijadikan teladan melalui perilaku yang konsisten, etis, dan inspiratif. Organisasi berharap dapat memperkuat reputasinya sebagai *role model* dalam lingkungan industri maupun di mata publik.

Berdasarkan hasil pra-penelitian, PT Trifos Internasional Sertifikasi menerapkan strategi *exemplification* melalui kemampuannya dalam menyediakan berbagai layanan secara terpadu, seperti sertifikasi (SVLK, ISPO, PPIU, PJK3), inspeksi (MARINE, DRAUGHT SURVEY) dan pelatihan. dalam satu lembaga. PT Trifos Internasional Sertifikasi mencerminkan kompetensi dan kapasitas dalam memenuhi kebutuhan klien secara menyeluruh.

Penerapan konsep tersebut juga menunjukkan komitmen perusahaan untuk menjaga integritas, profesionalitas, serta konsistensi dalam setiap layanan yang diberikan kepada *stakeholder*. Upaya tersebut menunjukkan bahwa TRIC tidak hanya berfokus pada pencapaian kinerja, tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai etika dan kualitas, sehingga membangun citra sebagai lembaga yang dapat dijadikan teladan dalam industri sertifikasi.

4. *Supplication*

Strategi *supplication* digunakan oleh organisasi yang ingin membangun kesan sebagai pihak yang memiliki keterbatasan dalam memenuhi kebutuhan atau membantu publik. Organisasi menampilkan dirinya sebagai pihak yang lemah, rentan, atau bahkan sebagai korban dalam situasi krisis

yang dihadapi. Tujuannya adalah memunculkan empatik dan simpati dari publik, sehingga perhatian dan dukungan dapat mengalir kepada organisasi tersebut. Organisasi berupaya membentuk persepsi bahwa kondisi yang terjadi berada di luar kendalinya dan membutuhkan bantuan dari pihak lain.

Strategi *supplication* memiliki relevansi bagi PT Trifos Internasional Sertifikasi dalam situasi tertentu, terutama ketika perusahaan menghadapi keterbatasan operasional, perubahan regulasi, atau kondisi eksternal yang berada di luar kendali organisasi. Sebagai lembaga sertifikasi yang memiliki standar dan regulasi dalam bekerja, strategi ini dapat digunakan untuk menjelaskan hambatan yang dihadapi secara transparan kepada publik dan pemangku kepentingan.

Penerapan *supplication* memungkinkan TRIC membangun pemahaman dan empatik publik tanpa menghilangkan kesan profesional, selama disampaikan secara jelas, tidak berlebihan dan bertanggung jawab. Strategi ini berfungsi sebagai bentuk komunikasi yang membantu menjaga kepercayaan publik ketika dalam situasi yang berpotensi menimbulkan persepsi negatif.

5. *Intimidation*

Strategi *intimidation* diterapkan oleh organisasi yang ingin membangun citra sebagai pihak yang kuat, tegas, dan mampu mengendalikan situasi. Pendekatan ini diwujudkan melalui penerapan sikap tegas dan kewenangan organisasi dalam menegakkan aturan serta memberikan sanksi kepada pihak

yang melakukan pelanggaran. Organisasi berusaha menunjukkan bahwa mereka memiliki otoritas serta kapasitas untuk menghadapi ancaman maupun pelanggaran, sehingga publik melihatnya sebagai entitas yang berdaya dan tidak mudah digoyahkan.

PT Trifos Internasional Sertifikasi menunjukkan penerapan strategi *intimidation* melalui penegakan prinsip ketidakberpihakan secara tegas dan konsisten dalam setiap kegiatan sertifikasi. PT Trifos Internasional Sertifikasi menetapkan berbagai kebijakan yang menegaskan independensi dan objektivitas, seperti tidak melakukan sertifikasi terhadap organisasi yang memiliki hubungan dengan lembaga konsultansi tertentu, serta tidak terpengaruh oleh kepentingan finansial klien.

PT Trifos Internasional Sertifikasi juga menegaskan komitmennya untuk mengambil tindakan terhadap setiap ancaman yang dapat memengaruhi ketidakberpihakan, termasuk potensi tekanan dari pihak internal maupun eksternal. Sikap tegas ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki otoritas dan kendali dalam menjaga integritas proses sertifikasi, sehingga membangun citra sebagai lembaga yang kuat, profesional, dan tidak mudah dipengaruhi.

1.5.2 Landasan Konseptual

Kerangka konseptual berperan sebagai dasar teoritis yang menentukan arah serta ruang lingkup pemahaman terhadap topik penelitian. Konsep-konsep yang dijelaskan menjadi acuan dalam menyusun analisis terhadap isu yang diteliti.

Adapun sejumlah konsep yang berkaitan dengan fokus penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. *Impression Management*

Impression Management merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana individu maupun organisasi secara sengaja mengatur, membentuk, dan menampilkan citra tertentu di hadapan publik. Menurut Kriyantono (2017), individu menggunakan komunikasi sebagai cara untuk mengatur kesan yang ditangkap orang lain tentang dirinya. Strategi komunikasi dari pihak yang melakukan *impression management* berupaya memengaruhi cara pihak lain memandang mereka, baik untuk membangun reputasi positif, meningkatkan kredibilitas, maupun menciptakan persepsi yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Komunikasi dalam pengelolaan kesan terbagi menjadi dua bagian, komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Menurut Kriyantono (2017:224), teori *impression management* memberikan gambaran mengenai proses organisasi dalam membangun serta mengomunikasikan identitasnya untuk membentuk citra di mata publik. *Impression management* berperan dalam membantu perusahaan membangun kesan yang sesuai dengan citra yang ingin mereka tampilkan.

2. *Citra Profesional*

Citra profesional merupakan representasi bagaimana suatu organisasi dipersepsikan dalam hal kompetensi, kredibilitas, dan integritas oleh publiknya. Konsep ini menjadi penting karena persepsi positif terhadap profesionalitas berpengaruh langsung pada kepercayaan, reputasi, serta citra organisasi di mata

stakeholders. Berdasarkan Ardianto (2013:63), citra merupakan cerminan identitas yang terbentuk melalui persepsi publik terhadap suatu perusahaan atau organisasi, yang didasari oleh informasi dan pemahaman yang mereka miliki tentang entitas tersebut. Citra profesional menjadi elemen yang perlu dibangun dan dipertahankan untuk menjaga keunggulan dan kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Citra profesional juga berperan dalam membentuk loyalitas publik dan mempengaruhi keputusan mereka untuk berinteraksi dengan organisasi. Menurut Soemirat dan Ardianto (2017:118) menjelaskan bahwa citra merupakan persepsi yang dimiliki pihak lain terhadap sebuah perusahaan, individu, komite, atau kegiatan tertentu. Citra profesional yang kuat menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan publik. Perusahaan perlu menerapkan praktik komunikasi yang konsisten dan transparan agar citra yang terbentuk tetap positif. Citra profesional yang terjaga dapat mendukung strategi perusahaan dalam menampilkan kompetensi, kredibilitas, dan standar profesional yang mereka terapkan.

Tujuan kegiatan sertifikasi dan layanan konsultasi yang dilakukan PT Trifos Internasional Sertifikasi dirancang sebagai bagian dari strategi perusahaan untuk menunjukkan kualitas layanan, kepatuhan terhadap standar, serta komitmen profesional kepada klien dan pemangku kepentingan. Peran *Public Relations* menjadi krusial dalam merancang dan mengelola setiap proses komunikasi, mulai dari penyusunan pesan yang meyakinkan, pengelolaan informasi yang transparan, hingga penciptaan pengalaman layanan yang dapat memperkuat citra profesional perusahaan. Pengelolaan kesan yang terarah dari perusahaan mampu membangun

kepercayaan klien, meningkatkan kredibilitas perusahaan, serta memperkuat *branding* melalui interaksi langsung dan bukti kualitas layanan yang diberikan.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Trifos Internasional Sertifikasi (TRIC) yang berlokasi di Jl. Anthurium No. 01, Dusun Banjarsari, Desa Sukoharjo RT 05, RW 12 Kec. Ngalik, Kab. Sleman, D.I. Yogyakarta, 55581. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di PT Trifos Internasional Sertifikasi guna memahami bagaimana perusahaan menerapkan strategi pengelolaan kesan (*impression management*).

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan cara pandang atau kerangka berpikir yang menjadi dasar dalam memahami dan menjelaskan suatu fenomena. Moleong (2019:49) menjelaskan bahwa paradigma merupakan cara dasar seseorang dalam memahami, menafsirkan, menilai, serta bertindak terhadap realitas yang ia hadapi. paradigma membantu peneliti menentukan bagaimana fenomena dipahami dan dianalisis. Cara pandang ini juga memengaruhi pemilihan metode serta cara peneliti memaknai temuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik yang memandang bahwa realitas dapat dipahami secara berbeda oleh setiap individu, karena dibentuk dari pengalaman pribadi, proses pemberian makna, serta interaksi sosial yang mereka jalani. Peneliti berupaya memahami bagaimana makna-makna tersebut terbentuk dari sudut pandang informan, sehingga temuan penelitian lebih

menekankan pada interpretasi mendalam terhadap pengalaman dan konteks yang melatarinya.

Peneliti berupaya menelusuri pemahaman subjektif yang dimiliki tiap individu sehingga penelitian lebih menekankan pada interpretasi terhadap pengalaman mereka. Menurut Creswell (2019:11), pendekatan konstruktivistik menempatkan peneliti pada posisi untuk menggali bagaimana seseorang membangun makna tentang realitas. Paradigma ini berfokus pada upaya memahami realitas melalui sudut pandang individu, sehingga makna yang ditafsirkan muncul dari pengalaman pribadi, pemahaman, serta konstruksi sosial mereka.

Paradigma konstruktivistik menekankan bahwa setiap individu memiliki cara pandang yang berbeda-beda, dan perbedaan pandangan tersebut dianggap sebagai bentuk kebenaran mengenai realitas yang mereka hadapi. Paradigma ini relevan digunakan dalam penelitian mengenai strategi *Impression Management* PT Trifos Internasional Sertifikasi karena citra profesional yang dibangun perusahaan tidak hanya bergantung pada tindakan komunikatif, tetapi juga pada bagaimana makna atas tindakan tersebut dipersepsikan oleh publik.

Penelitian ini menelaah bagaimana PT Trifos Internasional Sertifikasi membentuk, mengelola, dan menafsirkan kesan yang ingin ditampilkan kepada audiens. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami secara mendalam proses pembentukan citra profesional, termasuk bagaimana strategi komunikasi perusahaan dipersepsi, dimaknai, serta dikonstruksi oleh para pemangku kepentingan.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji bagaimana PT Trifos Internasional Sertifikasi menerapkan strategi *impression management* dalam membangun citra profesionalnya. Moleong (2019:5) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif berlangsung dalam kondisi alamiah dan berupaya memahami serta menafsirkan berbagai fenomena melalui pemanfaatan beragam metode agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam. Pendekatan ini melihat realitas sebagai sesuatu yang dibentuk melalui interaksi, sehingga peneliti perlu memahami suatu peristiwa dari sudut pandang para informannya. Penekanan utamanya berada pada proses pengungkapan makna, bukan hanya pada hasil akhir. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih komprehensif sehingga mendukung tercapainya tujuan penelitian.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif guna mengkaji serta menggambarkan suatu fenomena secara rinci dengan tujuan memperoleh pemahaman yang menyeluruh. Menurut Ardianto (2010:60), metode deskriptif kualitatif lebih diarahkan untuk membangun teori melalui observasi di *setting* alami tanpa melakukan manipulasi variabel. Peneliti berperan sebagai pengamat yang mencatat berbagai kategori dan fenomena menggunakan instrumen observasi.

Observasi berperan penting dalam membantu peneliti memahami secara menyeluruh persoalan yang diteliti serta mampu memberikan kesimpulan dari fenomena yang dianalisis. Penelitian deskriptif berupaya bahwa peneliti menggambarkan, menelaah, dan memaparkan secara detail berbagai tahapan dalam

strategi *impression management* yang diterapkan oleh PT Trifos Internasional Sertifikasi dalam membangun citra profesional.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber data

1.6.4.1 Jenis Data

Data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan langsung melalui kegiatan observasi pada instansi terkait. Adapun jenis-jenis data yang digunakan dalam studi ini adalah sebagai berikut:

1. Data terkait penerapan strategi *ingratisation* oleh TRIC dalam membangun citra profesional
2. Data terkait penerapan strategi *self-promotion* oleh TRIC dalam membangun citra profesional
3. Data terkait penerapan strategi *exemplification* oleh TRIC dalam membangun citra profesional
4. Data terkait penerapan strategi *supplication* oleh TRIC dalam membangun citra profesional
5. Data terkait penerapan strategi *intimidation* oleh TRIC dalam membangun citra profesional

1.6.4.2 Sumber Data

Ketersediaan data yang relevan dan akurat menjadi aspek penting dalam mendukung proses analisis penelitian. Penelitian ini menggunakan sumber data yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan studi. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer pada penelitian ini berasal dari informasi yang dikumpulkan secara langsung dari para informan yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut Ruslan (2019:138), data primer merupakan data yang diperoleh langsung dan diolah sendiri oleh lembaga atau pihak yang melakukan penelitian untuk kemudian digunakan sesuai kebutuhan. Data ini dapat berupa opini individu maupun kelompok, serta hasil pengamatan mengenai karakteristik objek fisik, peristiwa, aktivitas, atau hasil dari suatu pengujian tertentu. Data penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan karyawan internal PT Trifos International Sertifikasi yang terlibat dalam aktivitas sertifikasi dan layanan surveyor independen.

2. Sumber Data Sekunder

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti dokumen, laporan, serta informasi yang tersedia pada *website* resmi maupun media sosial PT Trifos International Sertifikasi. Menurut Ruslan (2019:138), data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti melalui sumber tidak langsung, yakni informasi yang dihasilkan atau digunakan oleh pihak lain namun kemudian dimanfaatkan untuk kepentingan penelitian. Data sekunder juga dapat berasal dari jurnal ilmiah, buku, *website* perusahaan dan artikel yang relevan dengan topik *impression management*. Data sekunder ini bertujuan untuk memberikan gambaran pendukung mengenai aktivitas komunikasi, strategi publikasi, serta citra yang dibangun PT Trifos Internasional Sertifikasi, sehingga peneliti dapat melakukan analisis secara lebih komprehensif terhadap praktik *impression management* yang dilakukan perusahaan.

1.6.5 Teknik Penentuan Informan

Penetapan informan menjadi elemen penting dalam penelitian karena informan yang menjadi sumber data utama dari penelitian yang memiliki perspektif terhadap fenomena yang terjadi. Menurut Moleong (2017), informan adalah individu yang berperan sebagai pemberi informasi bagi peneliti, yaitu mereka yang dapat menyediakan data terkait situasi atau kondisi yang menjadi fokus penelitian. Informan untuk penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria dan peran aktif mereka pada PT Trifos Internasional Sertifikasi. Informan utama yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Direktur PT Trifos Internasional Sertifikasi memiliki tanggung jawab dalam menetapkan arah kebijakan perusahaan, nilai organisasi, serta strategi komunikasi yang memengaruhi citra profesional TRIC.
2. Manajer Sertifikasi bertanggung jawab mengatur pelaksanaan layanan Sertifikasi, Inspeksi, dan Pelatihan serta memastikan standar profesional diterapkan dalam proses audit.
3. *Lead Auditor* TRIC yang berinteraksi langsung dengan klien dan menjadi representasi profesional perusahaan selama kegiatan audit.
4. Tim Pemasaran yang menangani komunikasi eksternal, penyusunan konten media sosial serta pengelolaan citra TRIC melalui saluran digital.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mendapatkan informasi secara mendalam

terkait strategi *Impression Management* PT Trifos Internasional Sertifikasi dalam membangun citra profesional.

1. Wawancara Mendalam

Pengumpulan data melalui wawancara merupakan salah satu teknik dalam metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2017:232) menjelaskan bahwa wawancara dipilih sebagai metode pengumpulan data ketika peneliti membutuhkan pemahaman awal terhadap masalah serta ingin memperoleh informasi yang lebih rinci dari partisipan. Wawancara membantu peneliti mendapatkan gambaran yang lebih mendalam dan akurat mengenai fenomena yang diteliti. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam yang dilakukan secara tatap muka dengan beberapa informan, yaitu Direktur Bisnis PT Trifos Internasional Sertifikasi, Manajer Sertifikasi, Lead Auditor, serta Tim pemasaran yang menangani komunikasi internal dan eksternal.

Wawancara dilakukan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan topik penelitian untuk memperoleh informasi secara menyeluruh mengenai implementasi strategi *impression management* dalam menjalankan fungsi kehumasan. Melalui teknik ini, peneliti dapat memperoleh data yang lebih komprehensif dari para informan yang memiliki peran dan tanggung jawab terkait sehingga data yang diperoleh tidak hanya berasal dari hasil observasi, tetapi juga dari penjelasan langsung para informan.

2. Observasi Partisipatori Pasif

Observasi partisipatori pasif dilakukan dengan cara peneliti hadir di lingkungan penelitian tanpa terlibat langsung dalam aktivitas yang berlangsung.

Menurut Sugiyono (2013:227), partisipasi pasif terjadi ketika peneliti hadir di tempat berlangsungnya aktivitas, tetapi tidak terlibat dalam kegiatan tersebut. Teknik ini memungkinkan peneliti mengamati perilaku, interaksi, komunikasi, serta situasi kerja sebagaimana adanya. Peneliti dapat mencatat bagaimana TRIC menampilkan kesan profesional dalam aktivitas operasional, seperti proses pelayanan, koordinasi internal, maupun penyampaian informasi kepada klien. Observasi ini berguna untuk melengkapi data wawancara dan memberikan gambaran nyata mengenai praktik *impression management* yang terjadi di lapangan.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis model. Menurut Creswell (2019:264) menjelaskan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara bersamaan dengan aktivitas pengumpulan data dan penulisan temuan. Teknik analisis data ini menekankan keterlibatan aktif peneliti agar dapat menemukan pola serta pemahaman yang sesuai dengan fokus penelitian. Berikut langkah – langkah analisis data yang dilakukan, yaitu:

1. Mengolah data dan menyiapkan data agar siap untuk dianalisis

Tahap ini diawali dengan mengumpulkan seluruh data yang diperoleh dari lapangan. Transkrip hasil wawancara, catatan observasi, serta dokumen pendukung lainnya dikumpulkan dalam satu kumpulan data. Data diklasifikasikan berdasarkan tema, pengelolaan kesan, strategi *Impression Management* dan PT Trifos Internasional Sertifikasi. Seluruh data kemudian diketik, dirapikan, dan disusun agar lebih mudah untuk dianalisis.

2. Membaca seluruh data

Tahap ini dilakukan dengan membaca seluruh data secara cermat untuk memperoleh pemahaman umum mengenai informasi yang disampaikan informan. Peneliti berupaya menangkap gagasan utama, nada penyampaian, serta kesan mendalam dari informasi tersebut. Peneliti juga dapat menuliskan catatan khusus yang membantu memahami makna data secara keseluruhan dalam kerangka teori *Impression Management*.

3. Melaksanakan proses pemberian kode pada data

Proses koding dilakukan dengan mengelompokkan bagian-bagian data yang memiliki kesamaan makna kemudian memberi label pada setiap potongan informasi tersebut. Label atau kode dapat berupa istilah tertentu yang mewakili tema atau kategori yang muncul dari data. Peneliti dapat menggunakan kode yang muncul secara alami dari informasi informan (*emerging codes*), kode yang sudah ditentukan sebelumnya (*predetermined codes*), atau menggabungkan keduanya agar hasil pengelompokan data lebih komprehensif. Proses pengkodean data ini memudahkan peneliti dalam menganalisis strategi *impression management* yang dilakukan oleh PT Trifos Internasional Sertifikasi.

4. Merumuskan tema atau kelompok kategori berdasarkan hasil koding

Tahap ini dilakukan dengan mengelompokkan berbagai kode yang telah dibuat ke dalam tema - tema yang lebih besar dan bermakna. Peneliti mendeskripsikan konteks penelitian, seperti lingkungan, partisipan, serta peristiwa yang terjadi, untuk membantu memahami data secara lebih menyeluruh. Tema - tema tersebut kemudian menjadi dasar dalam penyusunan narasi dan hasil

penelitian kualitatif. Proses ini bertujuan untuk menjelaskan tema seperti pengelolaan kesan oleh PT Trifos Internasional Sertifikasi, termasuk strategi *ingratation, self-promotion, exemplification, supplication* dan *intimidation*.

5. Menyajikan data

Tahap ini menekankan penyajian kembali deskripsi dan tema dalam bentuk narasi yang runtut dan mudah dipahami. Hasil analisis dapat dituangkan melalui alur cerita, penjelasan tema dan subtema, ilustrasi, perspektif informan, serta kutipan yang mendukung. Penyajian naratif ini membantu memperlihatkan keterkaitan antar tema, sehingga pola dan makna dalam data lebih jelas dan menyeluruh.

6. Menganalisis dan memaknai informasi yang diperoleh dari data

Tahap ini merupakan proses memberikan makna terhadap data yang telah dianalisis. Peneliti menyimpulkan temuan berdasarkan tema yang muncul dan mencoba memahami esensi dari informasi yang diperoleh. Interpretasi dapat diperkaya dengan menghubungkannya pada teori yang relevan atau hasil penelitian terdahulu. Peneliti berusaha memahami makna mendalam dari pengalaman dan pandangan informan dari PT Trifos Internasional Sertifikasi.