

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Impression Management dipahami sebagai proses strategis yang dilakukan oleh individu maupun organisasi untuk mengarahkan bagaimana dirinya dipersepsikan oleh pihak lain. Proses *Impression Management* mencakup upaya sadar dalam mengatur perilaku, penampilan, serta bentuk komunikasi yang ditampilkan kepada publik. Individu secara tidak langsung menampilkan sisi tertentu dari dirinya untuk membentuk kesan yang diharapkan dalam setiap interaksi sosial. Konteks organisasi dalam praktik tersebut tidak lagi bersifat spontan semata, melainkan dapat dirancang, diarahkan, dan dikendalikan secara sistematis sesuai dengan kepentingan organisasi.

Praktik *Impression Management* menjadi fenomena yang semakin menonjol dalam kehidupan sosial dan organisasi saat ini, seiring dengan perkembangan media digital dan media sosial, organisasi tidak lagi hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga secara aktif mengelola kesan melalui pencitraan digital, pemasaran pesan, serta interaksi yang ditampilkan kepada publik. Kehadiran media sosial mendorong organisasi untuk membangun citra tertentu secara konsisten agar tetap relevan, diterima, dan mendapatkan perhatian *audiens*. Fenomena ini menunjukkan bahwa *Impression Management* bukan sekedar perilaku individual, melainkan telah berkembang menjadi strategi

komunikasi yang terstruktur dan direncanakan dalam berbagai sektor, termasuk industri kreatif dan *entertainment*.

Impression Management dalam industri *entertainment* memiliki posisi yang sangat penting karena industri ini sangat bergantung pada perhatian dan penerimaan publik. Keberhasilan industri *entertainment* tidak hanya ditentukan oleh kualitas karya yang dihasilkan, tetapi juga oleh bagaimana pelaku industri mampu mempertahankan eksistensi dan relevansi di ruang publik. *Talent* sebagai figur publik yang berada di bawah naungan industri *entertainment* tidak hanya dinilai berdasarkan kemampuan artistik saja tetapi juga berdasarkan sikap, profesionalisme, dan cara mereka berinteraksi dengan *audiens*. Perilaku *talent* dalam berbagai situasi menjadi bagian dari pertunjukan sosial yang turut untuk membentuk persepsi publik.

Industri *entertainment* saat ini tidak hanya berfungsi sebagai pengelola administratif atau produksi karya saja, tetapi juga sebagai pihak yang mengarahkan perilaku, penampilan, serta pola komunikasi *talent* yang berada dibawah naungannya. Sistem pengelolaan *talent* memberikan kewenangan kepada industri untuk menentukan konsep penampilan, gaya komunikasi, hingga bentuk representasi publik yang harus ditampilkan oleh *talent*. Pengelolaan ini mencakup aspek visual, verbal, maupun nonverbal yang ditampilkan secara konsisten dalam berbagai kegiatan, baik formal maupun non-formal. *Talent* tidak sepenuhnya berdiri sebagai individu yang tampil secara bebas, melainkan berada dalam sistem manajerial yang mengatur bagaimana mereka merepresentasikan diri.

EJ Peace *Entertainment* merupakan salah satu industri *entertainment* yang aktif dalam pengelolaan *telent*. Industri ini menaungi beberapa *telent*, yaitu EJ Peace, Coco, Batas Langit, dan Papillonia, semua ditampilkan secara aktif melalui berbagai konten hiburan, promosi karya, serta keterlibatan dalam kegiatan publik baik secara daring maupun secara luring. Setiap *talent* ditampilkan dengan karakter, gaya komunikasi, dan konsep penampilan yang relatif konsisten sehingga membentuk identitas yang mudah dikenali oleh *audiens*.

Media sosial dan pemberitaan *online* digunakan sebagai objek observasi awal untuk melihat praktik *Impression Management* yang dilakukan oleh EJ Peace *Entertainment* terhadap *talent* yang berada dibawah naungannya. Data diperoleh melalui observasi terhadap akun Instagram @ejpeace.entertainment, kanal YouTube EJ Peace, akun TikTok @ejpeace.ent, serta akun resmi dari masing-masing *talent*, yaitu coco.ejp, bataslangit.official dan papillonia_id yang secara aktif menampilkan aktivitas keseharian, proses latihan, promosi karya, dan interaksi dengan *audiens*. Pemberitaan *online* dari media seperti BeritaBandung.id dan Mengerti.id digunakan untuk melihat bagaimana representasi *talent* dibentuk melalui narasi media eksternal.

Hasil observasi menunjukkan bahwa EJ Peace *Entertainment* secara konsisten menampilkan perilaku *talent* yang mengarah pada sikap ramah, terbuka, dan peduli terhadap *audiens*. Dokumentasi dan interaksi langsung dengan penggemar, seperti menyapa, melayani permintaan foto, serta memberikan respon positif dalam berbagai kegiatan publik, menunjukkan adanya pola interaksi yang berulang. Pola tersebut tidak hanya muncul dalam satu kesempatan, tetapi terlihat konsisten dalam

berbagai kegiatan, sehingga mengindikasikan adanya pengelolaan perilaku yang terarah.

Fenomena yang relevan terlihat pada debut *girl group* Coco yang merupakan salah satu *talent* yang berada di bawah naungan EJ Peace *Entertainment*. Coco resmi debut pada tanggal 31 Januari 2025 melalui peluncuran *single* perdana berjudul “Cerah Ceria” yang disertai dengan penyelenggaraan acara *Showcase & Press Conference* di Dago *Heritage Cafe & Resto*, Bandung. Kelima anggota Coco (Jill, Aura, Jema, Jeta, dan Nadin) tampil di hadapan media, penggemar, dan *influencer* dengan menampilkan koreografi yang terstruktur, vokal yang stabil, serta konsep visual yang seragam dan ceria. Struktur penampilan yang tertata menunjukkan adanya persiapan dan pengarahan yang sistematis dalam menampilkan kesiapan dan profesionalisme sebagai *talent* baru di industri musik.

Profesionalisme *talent* juga terlihat secara konkret dalam proses persiapan sebelum penampilan. Berdasarkan observasi langsung peneliti saat mengikuti gladi resik acara Peacetival 3.0, anggota Coco tetap melakukan latihan koreografi secara mandiri ketika musik diputar, meskipun tidak sedang menerima instruksi langsung dari pelatih dan di tengah situasi teknis panggung yang masih dalam tahap penataan. Mereka menyesuaikan formasi, menyelaraskan gerakan, serta mengulang bagian tertentu yang dianggap belum seragam. Perilaku tersebut menunjukkan adanya kedisiplinan, kesadaran terhadap tanggung jawab kolektif, serta upaya menjaga standar performa sebelum tampil di hadapan publik. Sikap ini tidak muncul dalam satu momen saja, tetapi terlihat berulang sepanjang proses persiapan acara.

Coco hadir secara lengkap dan mengikuti rangkaian kegiatan sesuai dengan susunan acara yang telah ditetapkan pada pelaksanaan acara Peacetival 3.0. Selama penampilan, mereka mempertahankan ekspresi panggung, koordinasi gerakan, serta interaksi yang terarah dengan *audiens*. Anggota Coco juga tetap menunjukkan sikap ramah kepada penggemar dengan melayani permintaan foto dan berinteraksi tanpa menunjukkan sikap eksklusif sebagai *figur public* setelah sesi pertunjukan selesai. Pola interaksi ini membentuk kesan keterbukaan dan kedekatan dengan *audiens*. Praktik serupa juga terlihat pada *talent* lain di bawah naungan EJ Peace Entertainment, seperti Batas Langit dan Papillonia, yang dalam berbagai kesempatan tampil dengan pembagian peran yang jelas, kekompakan tim yang terjaga, serta komunikasi yang tertib saat berada di atas panggung maupun dalam kegiatan promosi.

EJ Peace Entertainment juga menampilkan sisi keseharian *talent* melalui dokumentasi proses latihan, persiapan penampilan, serta aktivitas di balik layar yang dipublikasikan melalui akun media sosial resmi industri maupun akun masing-masing *talent*. Konten yang disajikan tidak hanya menampilkan hasil akhir pertunjukan, tetapi juga memperlihatkan tahapan proses, seperti latihan yang dilakukan secara berulang, evaluasi gerakan dan vokal, diskusi internal tim, hingga kondisi fisik setelah menjalani persiapan intensif menjelang acara. Representasi tersebut menunjukkan bahwa *talent* tidak hanya ditampilkan dalam situasi formal yang telah dikemas secara terstruktur, tetapi juga dalam dinamika proses yang lebih terbuka. Konsistensi penyajian konten ini menunjukkan bahwa penampilan

keseharian tersebut merupakan bagian dari pola komunikasi yang dirancang dalam sistem pengelolaan *talent*, bukan sekadar dokumentasi spontan.

Penayangan proses yang belum sepenuhnya sempurna, termasuk ekspresi lelah atau tantangan selama latihan, secara tidak langsung memperlihatkan sisi keterbatasan *talent*. Representasi ini berpotensi membangun empati *audiens* karena *talent* ditampilkan sebagai individu yang terus berproses dan berkembang, bukan hanya sebagai figur publik yang selalu tampil *ideal*. Penyajian sisi keterbatasan tersebut melengkapi kesan profesional yang dibangun melalui penampilan panggung, sekaligus memperkuat kedekatan emosional dengan publik.

Berdasarkan hasil observasi tersebut terlihat bahwa EJ Peace *Entertainment* tidak hanya menampilkan karya dan performa *talent*, tetapi juga mengelola perilaku, profesionalisme, kemampuan, serta kesederhanaan *talent* dalam berbagai situasi publik. Representasi tersebut muncul secara konsisten dalam penampilan panggung, interaksi dengan *audiens*, hingga dokumentasi proses di balik layar, sehingga menunjukkan adanya pola pengelolaan yang terarah dan berkelanjutan. Hal ini mengindikasikan bahwa penampilan *talent* di ruang publik tidak semata-mata bersifat spontan, melainkan berada dalam sistem manajerial yang mengatur bagaimana *talent* direpresentasikan dan dipersepsikan oleh *audiens*.

Pembahasan mengenai praktik *Impression Management* dalam kajian komunikasi khususnya industri *entertainment* masih lebih banyak berfokus pada konsep citra atau branding secara umum, sementara penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana praktik *Impression Management* dijalankan dalam sistem pengelolaan *talent* terutama pada konteks industri *entertainment* lokal masih relatif

terbatas. Industri hiburan yang semakin kompetitif dan berada dalam sorotan publik yang tinggi, *Impression Management* menjadi faktor strategis yang memengaruhi penerimaan dan keberlanjutan *talent*. Fenomena yang terjadi pada EJ Peace *Entertainment* menjadi relevan dan penting untuk diteliti guna memahami bagaimana praktik *Impression Management* dijalankan secara sistematis dalam manajemen *talent* industri *entertainment*.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada bagaimana EJ Peace *Entertainment* menerapkan strategi *Impression Management* dalam sistem pengelolaan *talent*. Berdasarkan fokus penelitian tersebut, diajukan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi EJ Peace *Entertainment* dalam mengelola perilaku untuk membangun kedekatan (*Ingratiation*) dengan *audiens* pada *talent*?
2. Bagaimana strategi EJ Peace *Entertainment* dalam menampilkan kemampuan (*Self-Promotion*) melalui sistem pengelolaannya pada *talent*?
3. Bagaimana strategi EJ Peace *Entertainment* dalam mengelola profesionalisme (*Exemplification*) dalam aktivitas dan performa *talent*?
4. Bagaimana bentuk pengaturan (*Intimidation*) yang dilakukan EJ Peace *Entertainment* dalam mengelola perilaku *talent*?
5. Bagaimana strategi EJ Peace *Entertainment* dalam menampilkan keterbatasan (*Supplication*) untuk membangun empati *audiens* pada *talent*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi EJ Peace *Entertainment* dalam mengelola penampilan (*Ingratiation*) untuk membangun kedekatan dengan *audiens* pada *talent*.
2. Untuk mengetahui strategi EJ Peace *Entertainment* dalam menampilkan kemampuan (*Self-Promotion*) melalui sistem pengelolaan pada *talent*.
3. Untuk mengetahui strategi EJ Peace *Entertainment* dalam mengelola profesionalisme (*Exemplification*) dalam aktivitas dan performa *talent*.
4. Untuk mengetahui bentuk pengaturan (*Intimidation*) yang dilakukan EJ Peace *Entertainment* dalam mengelola perilaku *talent*.
5. Untuk mengetahui strategi EJ Peace *Entertainment* dalam menampilkan keterbatasan (*Supplication*) untuk membangun empati *audiens* pada *talent*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi organisasi dan studi *Impression Management*. Pembahasan mengenai *Impression Management* lebih banyak difokuskan pada *level* individu atau pada praktik pencitraan personal, sementara peran organisasi sebagai aktor yang secara sistematis merancang dan mengarahkan *Impression Management* masih relatif

terbatas dalam kajian akademik. Penelitian ini berupaya memperluas perspektif tersebut dengan menempatkan organisasi sebagai subjek utama dalam praktik *Impression Management*, khususnya dalam konteks industri *entertainment*.

Lima taktik *Impression Management* yang dikemukakan oleh Jones & Pittman (1982), yaitu *Ingratiation*, *Self-promotion*, *Exemplification*, *Supplication*, dan *Intimidation*, penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana taktik-taktik tersebut tidak hanya dijalankan oleh individu secara personal, tetapi diorganisasikan dan diarahkan melalui sistem pengelolaan *talent* oleh EJ Peace *Entertainment*. Penerapan taktik tersebut tercermin dalam pengaturan perilaku, penampilan, pola komunikasi, serta strategi promosi *talent* yang ditampilkan secara konsisten dalam berbagai situasi publik. Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik *Impression Management* dalam industri *entertainment* dapat dipahami sebagai bagian dari proses komunikasi organisasional yang dirancang secara strategis dan berkelanjutan.

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam kajian akademik dengan menegaskan bahwa *Impression Management* bukan semata-mata praktik individual, melainkan dapat menjadi bagian dari strategi komunikasi organisasi yang terstruktur. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji praktik *Impression Management* dalam konteks organisasi, khususnya pada industri kreatif dan hiburan yang memiliki dinamika representasi publik yang tinggi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi EJ Peace *Entertainment* sebagai bahan refleksi dan evaluasi terhadap sistem pengelolaan *talent* yang telah diterapkan. Hasil penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi bagaimana praktik *Impression Management* dijalankan dalam aktivitas manajerial sehari-hari, khususnya dalam mengarahkan perilaku, penampilan, pola komunikasi, serta bentuk representasi *talent* dalam berbagai situasi, seperti proses latihan, kegiatan promosi, interaksi dengan *audiens*, hingga penampilan di ruang publik. Dengan adanya analisis yang sistematis, manajemen dapat memperoleh gambaran yang lebih terstruktur mengenai pola pengelolaan kesan yang telah berjalan serta implikasinya terhadap persepsi publik.

Penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi EJ Peace *Entertainment* dalam menyusun dan menyempurnakan strategi pengelolaan *talent* secara lebih terarah dan konsisten, termasuk dalam mengelola sikap ramah dan keterbukaan *talent* (*Ingratiation*), penekanan pada kemampuan dan pencapaian (*Self-promotion*), pembentukan profesionalisme dan etos kerja (*Exemplification*), penampilan sisi keterbatasan untuk membangun empati *audiens* (*Supplication*), serta pengelolaan kewibawaan, disiplin, dan *control* organisasi dalam mengarahkan perilaku *talent* (*Intimidation*), sebagaimana yang dijelaskan oleh Jones & Pittman (1982). *Impression Management* tidak hanya dilakukan secara intuitif, tetapi dapat dipahami sebagai bagian dari strategi komunikasi organisasi yang sadar dan berkelanjutan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi praktisi industri *entertainment* dan agensi *talent* lainnya dalam merancang sistem

pengelolaan *talent* yang tidak hanya berorientasi pada produksi karya, tetapi juga pada pengelolaan representasi publik secara strategis. Penelitian ini dapat menjadi rujukan empiris Bagi mahasiswa dan akademisi dalam memahami penerapan teori *Impression Management* dalam konteks organisasi, khususnya pada industri hiburan dan kreatif.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teori

Landasan teoritis digunakan untuk memberikan kerangka konseptual dalam memahami keterkaitan antara teori yang digunakan dengan fenomena yang diteliti di lapangan. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa landasan teoritis merupakan kumpulan teori, konsep, dan model yang disusun secara sistematis untuk memperkuat arah penelitian serta menjadi dasar dalam proses analisis data. Penelitian tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi memiliki pijakan konseptual yang mampu menjelaskan fenomena secara lebih terstruktur dan mendalam.

Penelitian ini, diperlukan landasan teoritis yang mampu menjelaskan bagaimana organisasi secara sadar dan sistematis mengelola kesan publik terhadap individu-individu yang berada di bawah naungannya. Praktik pengelolaan perilaku, penampilan, serta pola komunikasi *talent* tidak dapat dipahami hanya sebagai tindakan personal, melainkan sebagai bagian dari mekanisme organisasi yang terarah. Teori *Impression Management* dipilih sebagai kerangka utama untuk menganalisis bagaimana proses pengelolaan kesan tersebut dijalankan dalam sistem manajemen *talent*.

Teori *Impression Management* yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada konsep yang dikemukakan oleh Jones & Pittman (1982), yang menjelaskan bahwa upaya pengelolaan kesan dapat dianalisis melalui lima taktik utama, yaitu *Ingratiation*, *Self-promotion*, *Exemplification*, *Supplication*, dan *Intimidation*. Kelima taktik tersebut relevan untuk mengkaji bagaimana EJ Peace *Entertainment* mengelola *talent* secara organisasional, bukan hanya pada *level* individu, tetapi sebagai bagian dari strategi komunikasi yang dirancang dan diarahkan oleh manajemen. Teori ini menjadi landasan analitis untuk memahami praktik *Impression Management* dalam konteks industri *entertainment* secara lebih komprehensif.

1) *Ingratiation*

Ingratiation merupakan taktik *Impression Management* yang bertujuan membentuk kesan sebagai individu yang menyenangkan, ramah, dan mudah diterima oleh orang lain. Taktik ini dilakukan melalui perilaku yang kooperatif, sikap bersahabat, pemberian pujian, atau tindakan yang dapat meningkatkan penerimaan sosial. Tujuan utama dari *ingratiation* adalah memperoleh afeksi, penerimaan, dan dukungan dari *audiens*.

Ingratiation dalam konteks penelitian ini dapat dianalisis melalui bagaimana EJ Peace *Entertainment* mengarahkan *talent* untuk menampilkan sikap ramah, interaktif, dan komunikatif dalam berbagai aktivitas publik. Pola interaksi dengan penggemar, gaya komunikasi yang terbuka, serta pembawaan yang menghibur menunjukkan bahwa pembentukan kesan menyenangkan tidak semata-mata terjadi secara

spontan, tetapi berada dalam kerangka pengelolaan yang terstruktur. *Ingratiation* dipahami sebagai bagian dari strategi organisasi dalam membangun kedekatan emosional antara *talent* dan *audiens*.

2) ***Self – Promotion***

self-promotion merupakan taktik yang digunakan untuk membentuk kesan kompeten dan memiliki kemampuan unggul. Individu yang menggunakan taktik ini cenderung menonjolkan prestasi, keterampilan, pengalaman, atau pencapaian tertentu guna memperoleh pengakuan atas kapasitas profesionalnya. Fokus utama dari *self-promotion* adalah membangun persepsi bahwa individu tersebut layak dihargai dan memiliki nilai kompetitif.

Self-promotion dikaitkan dengan bagaimana EJ Peace Entertainment mengemas dan menampilkan kemampuan *talent*, seperti kualitas vokal, koreografi, konsep visual, serta pencapaian yang dipublikasikan melalui berbagai kegiatan promosi. Penekanan terhadap aspek performatif tersebut menunjukkan adanya upaya sistematis untuk membentuk persepsi bahwa *talent* yang dikelola memiliki kompetensi dan daya saing dalam industri *entertainment*. *Self-promotion* tidak hanya dilakukan oleh *talent* secara personal, tetapi diorganisasikan melalui strategi komunikasi manajerial.

3) ***Exemplification***

Exemplification merupakan taktik yang bertujuan membangun kesan sebagai individu yang bermoral, berdedikasi, dan memiliki etos kerja tinggi. Taktik ini biasanya diwujudkan melalui perilaku disiplin, komitmen

terhadap tanggung jawab, serta kesungguhan dalam menjalankan tugas. Tujuannya adalah agar individu dipersepsikan sebagai figur yang patut dihargai dan memiliki integritas.

Exemplification dapat dianalisis dalam konteks penelitian ini melalui bagaimana EJ Peace *Entertainment* menampilkan kesiapan latihan, konsistensi performa, serta sikap profesional *talent* dalam berbagai situasi publik. Dokumentasi proses latihan, kedisiplinan sebelum tampil, dan komitmen terhadap kualitas pertunjukan menunjukkan bahwa kesan profesionalisme dibangun tidak hanya melalui hasil akhir, tetapi juga melalui proses kerja yang terstruktur. Hal ini mengindikasikan bahwa pembentukan kesan dedikasi dan etos kerja merupakan bagian dari pengelolaan organisasional.

4) ***Intimidation***

Intimidation adalah taktik yang bertujuan membangun kesan berwibawa, tegas, dan memiliki kekuatan atau kontrol. Individu yang menggunakan taktik ini berupaya menunjukkan otoritas atau ketegasan agar memperoleh penghormatan atau kepatuhan dari *audiens*. Taktik ini tidak selalu diwujudkan dalam bentuk agresivitas, tetapi dapat berupa penegasan batas dan kontrol sosial.

Intimidation dipahami dalam konteks kontrol organisasional yang diterapkan oleh EJ Peace *Entertainment* terhadap sistem pengelolaan *talent*. Arahan manajerial, standar perilaku, serta regulasi internal yang mengatur representasi *talent* di ruang publik menunjukkan adanya mekanisme

pengendalian yang menjaga konsistensi identitas dan profesionalisme. *Intimidation* tidak dilihat sebagai bentuk ancaman, melainkan sebagai strategi menjaga kewibawaan dan kontrol organisasi terhadap citra *talent*.

5) ***Supplication***

Supplication merupakan taktik yang menampilkan kesan keterbatasan, ketergantungan, atau kelemahan dengan tujuan memperoleh simpati, empati, atau dukungan dari *audiens*. Individu yang menggunakan taktik ini memperlihatkan sisi perjuangan atau ketidaksempurnaan agar mendapatkan respons emosional yang positif.

Supplication dalam konteks penelitian ini dapat dianalisis melalui representasi sisi humanis *talent* yang ditampilkan oleh EJ Peace *Entertainment*, seperti proses latihan, perjuangan sebelum debut, atau ekspresi kelelahan dalam persiapan acara. Penampilan sisi keterbatasan tersebut tidak dimaksudkan untuk mengurangi kesan profesional, tetapi untuk membangun empati dan kedekatan emosional dengan *audiens*. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan kesan tidak hanya berorientasi pada penonjolan kemampuan, tetapi juga pada pembentukan relasi emosional yang terarah.

1.5.2 **Landasan Konseptual**

Landasan konseptual disusun untuk memberikan kejelasan mengenai konsep-konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini serta menjelaskan keterkaitan antar konsep tersebut secara sistematis dan terarah. Landasan ini berfungsi sebagai kerangka berpikir yang membantu peneliti dalam memahami dan

menganalisis fenomena *Impression Management* dalam sistem pengelolaan *talent*. Melalui perumusan istilah, definisi operasional, serta batasan konsep yang relevan, penelitian ini memiliki pijakan konseptual yang jelas sehingga pembahasan tidak melebar dari fokus yang telah ditentukan. Sugiono (2019) menjelaskan bahwa landasan konseptual digunakan untuk menjelaskan konsep-konsep utama dalam penelitian serta hubungan antar konsep sebagai dasar berpikir dalam menganalisis fenomena penelitian.

Penelitian ini diarahkan untuk tetap berfokus pada strategi *Impression Management* yang dilakukan oleh EJ Peace *Entertainment* dalam konteks industri *entertainment*. Kerangka ini menjadi dasar dalam mengidentifikasi bagaimana pengelolaan perilaku, komunikasi, dan representasi *talent* di ruang publik dikonstruksi secara organisasional, sehingga analisis yang dilakukan bersifat terstruktur, konsisten, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

1) *Impression Management*

Impression Management merupakan konsep utama yang mendasari penelitian ini. Goffman (1959) menjelaskan bahwa *Impression Management* adalah upaya individu dalam mengatur dan mengelola penampilan diri di hadapan orang lain untuk membentuk kesan tertentu. Konsep ini memandang interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukan, dimana individu menampilkan perilaku, ekspresi, dan simbol yang disesuaikan dengan peran serta ekspektasi *audiens*.

Impression Management tidak hanya dilakukan secara personal, tetapi juga dikelola secara sistematis melalui kebijakan, arahan, dan strategi

komunikasi organisasi. Konsep ini relevan untuk memahami bagaimana EJ Peace *Entertainment* sebagai industri hiburan mengelola kesan publik melalui *talent* yang berada di bawah naungannya. *Talent* dalam penelitian ini dipahami sebagai representasi organisasi, sehingga pengelolaan perilaku dan penampilan *talent* menjadi bagian dari strategi organisasi dalam membentuk citra dan persepsi publik.

2) ***Self-Presentation Talent***

Self-Presentation Talent merupakan bentuk penampilan diri *talent* di hadapan publik yang terbentuk melalui proses pengelolaan dan arahan organisasi. Goffman (1959) menjelaskan bahwa *self-presentation* merupakan bagian dari *Impression Management*, dimana individu menampilkan diri sesuai dengan peran dan situasi sosial yang dihadapi.

Self-Presentation talent dipahami sebagai hasil dari sistem pengelolaan *talent* dan strategi *Impression Management* yang dilakukan oleh EJ Peace *Entertainment*. Penampilan perilaku, dan interaksi *talent* di ruang publik baik melalui media sosial, penampilan panggung, maupun interaksi langsung dengan *audiens* dapat mencerminkan bagaimana industri mengatur representasi publik *talent* sebagai bagian dari strategi komunikasi organisasi dalam industri *entertainment* berbasis media digital.

1.6 **Langkah – Langkah Penelitian**

1.6.1 **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan pada EJ Peace *Entertainment*, sebuah industri *entertainment* yang berlokasi di Jl. Mutumanikam No.69, Cijagra,

Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40265, Indonesia. Lokasi ini dikenal sebagai bagian dari ekosistem kegiatan EJ Peace yang mencakup aktivitas kreatif, produksi konten hiburan, serta pengelolaan *talent*.

Keberadaan EJ Peace *Entertainment* di Kota Bandung menjadikan lokasi ini relevan sebagai objek penelitian karena memungkinkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data secara daring melalui observasi konten digital, serta secara luring melalui wawancara langsung dengan pihak manajemen dan *talent*. Hal ini mendukung tujuan penelitian untuk mengkaji strategi *Impression Management* dalam sistem pengelolaan *talent* yang ditetapkan oleh EJ Peace *Entertainment*.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif untuk memaparkan secara mandalam fenomena strategi *Impression Management* dalam pengelolaan *Talent* oleh EJ Peace *Entertainment*. Paradigma konstruktivisme berfokus pada pemahaman bahwa realitas sosial dibentuk melalui interaksi, pengalaman, dan proses pemaknaan yang dikonstruksi oleh individu maupun kelompok dalam konteks sosial tertentu. Realitas dalam paradigma ini tidak dipahami sebagai sesuatu yang bersifat tunggal dan objektif, melainkan sebagai hasil konstruksi sosial yang lahir melalui proses komunikasi dan interpretasi.

Menurut Creswell (2014), paradigma konstruktivisme digunakan untuk memahami makna yang dibangun individu terhadap dunia sosial yang mereka alami, di mana peneliti berupaya menggali kompleksitas pandangan partisipan terhadap suatu fenomena. Paradigma ini relevan digunakan dalam penelitian ini

karena strategi *Impression Management* dipahami sebagai praktik yang dikonstruksi melalui interaksi antara pihak manajemen, *talent*, dan audiens dalam sistem pengelolaan *talent* di EJ Peace Entertainment.

Peneliti memilih menggunakan paradigma konstruktivisme karena paradigma ini dinilai mampu menjadi cara pandang yang membantu memahami makna di balik praktik pengelolaan kesan yang dilakukan oleh EJ Peace Entertainment, khususnya dalam mengarahkan perilaku, profesionalisme, kemampuan, dan keterbatasan *talent* sebagai bagian dari strategi komunikasi organisasi.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial melalui pengumpulan data deskriptif berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan ini digunakan untuk menggali makna, pengalaman, serta praktik sosial yang terjadi dalam konteks alami penelitian.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memaparkan secara mendalam fenomena strategi *Impression Management* dalam pengelolaan *talent* oleh EJ Peace Entertainment. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan secara rinci bagaimana praktik *Impression Management* dibentuk, diarahkan, dan dijalankan oleh organisasi dalam mengelola perilaku, penampilan, serta komunikasi *talent* di ruang publik.

Menurut Sandelowski (2000), penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk memberikan deskripsi yang komprehensif dan langsung terhadap suatu fenomena berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Metode ini memungkinkan peneliti memahami fenomena secara kontekstual melalui pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif karena bertujuan menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai strategi *Impression Management* yang diterapkan dalam sistem pengelolaan *talent* di EJ Peace Entertainment. Metode ini dipilih karena penelitian tidak berfokus menguji hubungan antarvariabel, melainkan memahami proses, pola, dan praktik pengelolaan kesan yang dilakukan organisasi dalam konteks nyata.

Menurut Sugiyono (2017), penelitian kualitatif sering disebut penelitian deskriptif kualitatif karena data yang dihasilkan berupa kata-kata, narasi, dan deskripsi mendalam mengenai situasi sosial yang diamati. Sejalan dengan hal tersebut, metode ini digunakan agar peneliti dapat mendeskripsikan praktik pengelolaan kesan, seperti pembentukan sikap ramah, penonjolan kompetensi, profesionalisme *talent*, serta pengelolaan citra publik yang diterapkan oleh EJ Peace Entertainment.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini akan disajikan dan dilaporkan kembali dalam bentuk deskripsi naratif berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai fenomena strategi *Impression Management* dalam pengelolaan *talent*.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti. Kemudian data tersebut diuraikan secara mendetail mengenai gambaran bagaimana strategi *Impression Management* yang diterapkan EJ Peace Entertainment dalam sistem pengelolaan *talent*.

1.6.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Creswell (2021) menjelaskan bahwa sumber data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari responden atau objek penelitian, seperti wawancara dan observasi, yang memberikan informasi langsung mengenai fenomena yang diteliti. Sumber data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan oleh pihak lain, seperti dokumen, laporan, dan literatur yang relevan dengan topik penelitian.

1) Sumber Data Primer

Data primer merupakan sumber informasi yang diperoleh secara langsung melalui observasi lapangan dan wawancara dengan informan. Data primer dalam penelitian ini akan dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan informan yang telah ditentukan sebelumnya, terkait strategi *Impression Management* dalam pengelolaan *talent* oleh EJ Peace Entertainment.

Penentuan informan dilakukan secara *purposive*, yaitu individu-individu yang dianggap kompeten dan memiliki pemahaman data yang relevan dengan tujuan dan permasalahan penelitian. Sugiyono (2021) menjelaskan bahwa data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama melalui teknik pengumpulan data seperti wawancara dan observasi dengan tujuan menjawab rumusan masalah penelitian.

Proses pengumpulan data primer ini dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap EJ Peace *Entertainment* berdasarkan pengamatan fenomena yang diteliti. Peneliti juga mendokumentasikan melalui fotografi dan merekam audio selama wawancara berlangsung.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh secara tidak langsung melalui sumber atau dokumen tertentu. Sugiyono (2021) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan data yang telah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui berbagai sumber, seperti media sosial resmi EJ Peace *Entertainment*, situs *website*, dokumen terkait, pemberitaan media massa, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian. Data sekunder ini berperan untuk memperkaya penelitian dengan informasi yang relevan dan mendalam sehingga temuan dan analisis menjadi lebih menyeluruh dan kuat.

1.6.5 Teknik Pemilihan Informan

Penentuan informan merupakan salah satu aspek penting dalam penelitian kualitatif, karena informan menjadi sumber utama dalam menggambarkan dan menjelaskan fenomena sosial secara mendalam. Menurut Creswell (2013),

pemilihan partisipan dalam penelitian kualitatif dilakukan berdasarkan pertimbangan bahwa individu yang dipilih memiliki pemahaman mendalam terhadap isu yang diteliti serta mampu memberikan informasi yang relevan sesuai dengan fokus penelitian.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari individu-individu yang terlibat langsung dalam sistem pengelolaan *talent* di EJ Peace *Entertainment*, khususnya yang berkaitan dengan penerapan strategi impression management. Informan dipilih dari pihak manajemen serta *talent* yang berada di bawah naungan EJ Peace *Entertainment*, karena mereka terlibat secara langsung dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan penampilan serta perilaku talent di hadapan publik.

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Informan merupakan pihak yang memiliki peran dan tanggung jawab dalam pengelolaan *talent* di EJ Peace *Entertainment*, baik pada *level* manajerial maupun pelaksana.
- b) Informan memiliki pengalaman langsung dalam proses pengarahan, pengelolaan, dan pengawasan *talent* dalam aktivitas hiburan dan komunikasi publik.
- c) Informan merupakan individu yang memahami alur pengelolaan *talent* serta mampu memberikan informasi yang valid dan relevan terkait strategi *Impression Management* yang diterapkan oleh EJ Peace *Entertainment*.

Kriteria penentuan informan didasarkan pada tingkat keterlibatan mereka dalam proses komunikasi dan pengelolaan *talent*, baik sebagai perancang strategi, pelaksana arahan, maupun pihak yang menjalani langsung praktik pengelolaan

kesan. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan dapat menggambarkan secara komprehensif dinamika strategi impression management dalam sistem pengelolaan *talent* di EJ Peace Entertainment.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini disesuaikan dengan karakteristik penelitian kualitatif yang berfokus pada pemahaman proses, makna, dan praktik sosial yang terjadi di lapangan. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai strategi *Impression Management* dalam sistem pengelolaan *talent* yang diterapkan oleh EJ Peace Entertainment. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara mendalam dan observasi.

a) Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung dari informan yang memiliki keterlibatan dan pemahaman terhadap objek penelitian. Menurut Sugiyono (2019), wawancara dalam penelitian kualitatif digunakan untuk menggali data secara mendalam melalui proses tanya jawab antara peneliti dan informan guna memahami makna, pandangan, serta pengalaman yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti.

Wawancara mendalam dalam penelitian ini digunakan untuk memahami bagaimana strategi *Impression Management* dirancang dan diterapkan oleh EJ Peace Entertainment dalam sistem pengelolaan *talent*. Wawancara dilakukan kepada pihak manajemen dan *talent* yang berada di bawah naungan EJ Peace Entertainment untuk menggali informasi terkait proses pengarahan, pengelolaan

penampilan, pengaturan perilaku, serta strategi komunikasi yang diarahkan kepada *talent* dalam berinteraksi dengan *audiens* di ruang publik.

Wawancara dalam penelitian ini dirancang secara semi-terstruktur. Menurut Sugiyono (2019), wawancara semi-terstruktur memungkinkan peneliti menggunakan pedoman pertanyaan sebagai acuan, namun tetap memberikan ruang fleksibilitas dalam menyesuaikan alur wawancara dengan kondisi di lapangan. Pendekatan ini digunakan agar peneliti dapat menggali secara lebih mendalam praktik *Impression Management* yang berkaitan dengan pembentukan sikap profesional *talent*, penonjolan kompetensi, penampilan sikap ramah, serta pengelolaan citra publik *talent* dalam industri *entertainment*.

b) Observasi Partisipasi Pasif

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap aktivitas dan perilaku objek penelitian dalam konteks alaminya. Menurut Sugiyono (2019), observasi dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh data mengenai perilaku, aktivitas, dan situasi sosial yang diamati secara sistematis.

Penelitian ini menggunakan observasi partisipasi pasif, di mana peneliti tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas yang diamati, melainkan berperan sebagai pengamat. Observasi dilakukan terhadap aktivitas pengelolaan *talent* yang diterapkan oleh EJ Peace *Entertainment*, seperti proses persiapan acara, penampilan *talent* di ruang publik, interaksi *talent* dengan *audiens*, serta aktivitas promosi yang ditampilkan melalui media digital.

Melalui observasi partisipasi pasif, peneliti dapat mengamati secara langsung bagaimana praktik *Impression Management* diwujudkan dalam perilaku, penampilan, dan komunikasi *talent* sebagai hasil dari sistem pengelolaan yang diterapkan oleh industri.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses penting dalam penelitian kualitatif yang digunakan untuk mengelola, mengorganisasi, serta menafsirkan data yang diperoleh selama proses pengumpulan data. Menurut Creswell (2013), analisis data kualitatif dilakukan secara berkelanjutan melalui proses pengorganisasian data, pengkodean, pengkategorian, serta interpretasi makna terhadap data penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif menurut Creswell (2013) untuk menganalisis strategi *Impression Management* dalam sistem pengelolaan *talent* yang diterapkan oleh EJ Peace Entertainment. Analisis data dilakukan untuk memahami proses, pola, dan praktik pengelolaan kesan yang dibangun oleh pihak manajemen terhadap *talent*. Adapun tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Pengorganisasian dan Penyiapan Data untuk Dianalisis

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan dan menyusun seluruh data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data hasil wawancara ditranskripsikan secara tertulis, sedangkan data observasi dan dokumentasi disusun berdasarkan sumber dan jenisnya. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang berkaitan dengan strategi *Impression Management*

dalam sistem pengelolaan *talent* EJ Peace *Entertainment* tersusun secara sistematis dan siap dianalisis.

b) Membaca dan Memahami Keseluruhan Data

Peneliti membaca dan menelaah seluruh data secara menyeluruh untuk memperoleh gambaran umum mengenai praktik pengelolaan *talent*, pola pengarahan manajemen, serta pembentukan kesan yang dilakukan oleh EJ Peace *Entertainment*. Pada tahap ini, peneliti mencatat ide awal dan temuan penting yang relevan dengan fokus penelitian.

c) Pengodean Data

Tahap pengodean dilakukan dengan mengelompokkan data ke dalam kategori tertentu berdasarkan kesamaan topik dan makna. Pengodean difokuskan pada aspek strategi *Impression Management*, seperti pengelolaan penampilan *talent*, pengaturan perilaku, strategi komunikasi, serta bentuk arahan manajemen. Proses ini membantu peneliti dalam mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari data lapangan.

d) Penggunaan Kode untuk Menghasilkan Deskripsi

Kode-kode yang telah disusun kemudian digunakan untuk menghasilkan deskripsi yang rinci mengenai praktik pengelolaan *talent* oleh EJ Peace *Entertainment*. Pada tahap ini, peneliti mendeskripsikan bagaimana strategi *Impression Management* diterapkan dalam berbagai aktivitas *talent*, baik dalam penampilan di ruang publik maupun dalam interaksi dengan *audiens*.

e) Penyajian Deskripsi dan Tema dalam Bentuk Narasi

Deskripsi dan tema yang telah diperoleh selanjutnya disusun dalam bentuk narasi analitis. Peneliti menghubungkan temuan lapangan dengan konsep dan teori *Impression Management*, khususnya taktik yang dikemukakan oleh Jones & Pittman, sehingga terlihat keterkaitan antara data empiris dan kerangka teoritis penelitian.

f) Interpretasi Temuan Penelitian

Tahap terakhir adalah interpretasi data, yaitu proses pemberian makna terhadap hasil penelitian. Peneliti menafsirkan temuan untuk menjelaskan bagaimana strategi *Impression Management* dijalankan oleh EJ Peace *Entertainment* dalam sistem pengelolaan *talent* serta implikasinya terhadap pembentukan citra dan representasi publik *talent* dalam industri *entertainment*.



1.7 Rencana Jadwal Penelitian

Daftar Kegiatan	Nov 2025	Des 2025	Jan 2026	Feb 2026	Mar 2026	April 2026	Mei 2026	Jun 2026
Tahap Pertama : Observasi Lapangan dan Pengumpulan Data Awal								
Pengumpulan Data Proposal Penelitian								
Penyusunan Proposal Penelitian								
Bimbingan Proposal Penelitian								
Revisi Proposal Penelitian								
Tahap Kedua : Usulan Penelitian								
Sidang Usulan Penelitian								
Revisi Usulan Penelitian								
Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi								
Pelaksanaan Penelitian								
Analisis dan Pengelolaan Data								
Penulisan Laporan								
Bimbingan Skripsi								
Tahap Keempat : Sidang Skripsi								
Sidang Skripsi								

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian

(Sumber : Data Olahan Peneliti)