

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Impression management memandang kehidupan sosial layaknya sebuah panggung teater, di mana individu atau aktor sosial menampilkan versi diri tertentu kepada publik di panggung depan, serta menyembunyikan aspek-aspek yang tidak ingin ditampilkan di panggung belakang. Konsep ini menunjukkan bahwa pengelolaan kesan merupakan strategi komunikasi yang digunakan untuk membentuk persepsi sesuai dengan harapan publik. Praktik *Impression management* tidak hanya dilakukan oleh individu, tetapi juga diterapkan dalam konteks kelembagaan, di mana lembaga berperan sebagai aktor sosial yang secara sadar menyusun pesan dan mengelola informasi guna membentuk citra tertentu di mata publik.

Impression management berkembang menjadi proses komunikasi yang dirancang secara strategis dan berkelanjutan. Pada konteks organisasi, *konsep Impression management* tidak hanya berkaitan dengan penampilan individu, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana institusi mengelola pesan, aktivitas, serta representasi dirinya di hadapan publik. Organisasi secara sadar memilih informasi yang akan ditampilkan kepada masyarakat sebagai bagian dari strategi komunikasi untuk membangun citra tertentu, melalui pengelolaan kesan yang terencana, organisasi dapat membentuk persepsi publik yang sesuai dengan identitas serta tujuan institusional yang ingin ditampilkan.

Lembaga pendidikan, sebagai institusi yang berinteraksi langsung dengan masyarakat, tidak hanya menjalankan fungsi pembelajaran, tetapi membangun dan mengelola citra institusional di ruang publik. Pengelolaan kesan dilakukan melalui perencanaan pesan, pemilihan saluran komunikasi, serta penyajian informasi yang selaras dengan nilai dan identitas. Citra lembaga pendidikan menjadi salah satu faktor penting dalam membangun kepercayaan masyarakat. Lembaga pendidikan tidak hanya dinilai dari kualitas akademik yang ditawarkan, tetapi juga dari bagaimana lembaga tersebut mampu menampilkan identitas, nilai, serta lingkungan pendidikan yang dimilikinya.

Citra yang positif dapat mempengaruhi persepsi masyarakat, khususnya calon peserta didik dan orang tua dalam menentukan pilihan terhadap institusi pendidikan. Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara organisasi menampilkan identitas dan melakukan interaksi dengan publiknya. Lembaga pendidikan kini memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk memperkuat kehadirannya di ruang publik, serta menyampaikan nilai, aktivitas, dan karakteristik institusi kepada masyarakat.

Pada perspektif *Impression management*, berbagai aktivitas ditampilkan oleh lembaga kepada publik dapat dipahami sebagai bentuk panggung depan yang mempresentasikan identitas institusi. Informasi dan kegiatan yang disampaikan merupakan bagian yang dipilih secara selektif untuk menampilkan citra positif lembaga. Perkembangan teknologi komunikasi, mempengaruhi cara lembaga berinteraksi dengan lingkungannya. Berbagai media komunikasi dimanfaatkan untuk membangun hubungan positif dengan masyarakat serta menampilkan

identitas dan nilai-nilai organisasi kepada publik. Kesan yang dibangun melalui berbagai aktivitas komunikasi lembaga dapat mempengaruhi persepsi masyarakat serta meningkatkan kepercayaan calon peserta didik dan orang tua terhadap kualitas institusi pendidikan. Penyampaian informasi mengenai aktivitas sekolah, nilai-nilai yang dijunjung, serta lingkungan belajar menjadi faktor penting dalam membentuk penilaian masyarakat terhadap kredibilitas sebuah institusi pendidikan

Yayasan Al Ma'soem Bandung merupakan salah satu lembaga pendidikan islam yang berkembang pesat di wilayah Jawa Barat, dengan berbagai jenjang dan layanan pendidikan yang dimiliki. Keberadaan berbagai program pendidikan tersebut menunjukkan perkembangan lembaga dalam menyediakan layanan pendidikan yang terintegrasi bagi masyarakat. Berdasarkan salah satu artikel media daring daerah, Yayasan Al Ma'soem Bandung digambarkan sebagai lembaga pendidikan Islam yang menerapkan kurikulum terintegrasi antara ilmu pengetahuan umum dan pendidikan agama.

Pemberitaan pada media daring dan kanal resmi Yayasan Al Ma'soem Bandung, termasuk laman publikasi prestasi pada situs resmi Al Ma'soem, menunjukkan bahwa Yayasan Al Ma'soem Bandung berupaya menjembatani nilai-nilai tradisi keislaman dengan tuntutan modernitas pendidikan. Representasi tersebut diperkuat oleh publikasi mengenai berbagai capaian siswa dalam bidang akademik maupun nonakademik.

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap laman resmi Yayasan Al Ma'soem Bandung pada kategori prestasi, terdapat lebih dari 133 publikasi dari

tahun 2022-2026 saat ini, yang memuat berbagai capaian peserta didik. Publikasi tersebut menunjukkan keberagaman capaian peserta didik dalam berbagai bidang, seperti *sains*, karya tulis ilmiah, debat, olahraga, seni, dan keagamaan, dengan tingkat kejuaraan yang mencakup tingkat daerah hingga nasional dan internasional, selain melalui publikasi pada laman resmi, hasil observasi awal, lingkungan Yayasan Al Ma'soem Bandung juga menunjukkan adanya berbagai piala dan penghargaan yang ditampilkan sebagai bentuk capaian peserta didik.

Upaya Yayasan Al Ma'soem Bandung dalam menampilkan dirinya kepada publik tidak hanya terlihat dari keberadaan berbagai capaian, tetapi juga dari bagaimana aktivitas, lingkungan, dan identitas lembaga ditampilkan sebagai representasi di ruang publik. Berbagai kegiatan pendidikan, prestasi peserta didik, kegiatan keagamaan, pembinaan karakter, aktivitas guru dan siswa, serta fasilitas lembaga menjadi bagian dari aspek yang ditampilkan untuk memberikan gambaran tertentu mengenai kehidupan dan kualitas pendidikan di Yayasan Al Ma'soem Bandung. Perspektif *Impression Management*, aktivitas dan kondisi yang ditampilkan tersebut dapat dipahami sebagai ruang ketika lembaga menampilkan sisi dirinya yang ingin diketahui dan dipersepsikan oleh publik. Yayasan Al Ma'soem Bandung berupaya memperlihatkan identitas sebagai lembaga pendidikan Islam yang memiliki kualitas pendidikan, prestasi, nilai keagamaan, kedisiplinan, serta lingkungan pendidikan yang positif.

Berbagai capaian tersebut menunjukkan bahwa prestasi peserta didik menjadi salah satu aspek yang dapat merepresentasikan kemampuan dan keunggulan lembaga kepada publik, selain prestasi Yayasan Al Ma'soem

Bandung juga memiliki berbagai aktivitas pendidikan dan pengembangan diri, kegiatan ekstrakurikuler serta program pembinaan karakter dan keagamaan. Berbagai capaian dan aktivitas tersebut tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi mengenai kegiatan lembaga, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi dalam membentuk persepsi publik mengenai kualitas pendidikan, nilai-nilai institusi, serta budaya sekolah yang ingin ditampilkan dalam pembentukan identitas citra lembaga.

Berdasarkan observasi awal, terdapat berbagai aktivitas Yayasan Al Ma'soem Bandung yang menunjukkan adanya upaya untuk menampilkan identitas dan karakteristik lembaga kepada publik, dengan berbagai kegiatan terkait aktivitas pendidikan, pembinaan karakter, kegiatan keagamaan, prestasi siswa, kegiatan guru, hingga fasilitas yang dimiliki. Berbagai aktivitas tersebut tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi kegiatan lembaga, tetapi juga menjadi bagian dari strategi komunikasi dalam membentuk persepsi publik mengenai kualitas pendidikan, nilai-nilai institusi, serta budaya sekolah yang ingin ditampilkan.

Penyampaian informasi mengenai aktivitas lembaga kepada publik memerlukan perencanaan komunikasi yang matang agar pesan yang disampaikan selaras dengan identitas dan tujuan institusi. Setiap aktivitas dan informasi yang disampaikan kepada publik menjadi representasi identitas lembaga yang ingin ditampilkan, sekaligus strategi untuk menegaskan nilai dan tujuan pendidikan yang dijalankan. Penyampaian berbagai aktivitas lembaga kepada masyarakat

tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga dapat membangun kedekatan emosional antara yayasan dan masyarakat.

Kegiatan mengenai keagamaan, secara tidak langsung menggambarkan identitas yayasan sebagai lembaga pendidikan islam yang berkomitmen pada pembinaan akhlak. Kegiatan masjid, hafalan Al-Qur'an, kajian, serta kegiatan bimbingan spiritual dapat dikategorikan sebagai strategi *Exemplification*, yaitu usaha menampilkan diri sebagai institusi yang bermoral dan berintegritas. Prestasi akademik dan ekstrakurikuler menggambarkan strategi *Self-Promotion*, karena menampilkan kelebihan kompetitif yayasan dalam dunia Pendidikan, hal ini memperkuat citra bahwa Al Ma'soem tidak hanya unggul dari segi karakter religius, tetapi juga dari segi kualitas pembelajaran.

Kegiatan yang memperlihatkan suasana keakraban, seperti kebersamaan guru dan siswa, atau aktivitas kekeluargaan lainnya, dapat mencerminkan strategi *Ingratiation*, yaitu upaya untuk tampil dekat dengan publik. Strategi ini memberikan kesan bahwa lingkungan sekolah nyaman, kondusif, dan menyenangkan bagi siswa. Penampilan berbagai aktivitas dan nilai-nilai positif lembaga yang menunjukkan transparansi serta autentisitas juga dapat memberikan pengaruh terhadap kepercayaan publik.

Keberadaan berbagai lembaga pendidikan berbasis Islam di wilayah Rancaekek dan sekitarnya menunjukkan adanya pilihan pendidikan yang beragam bagi masyarakat. Kondisi tersebut membuat setiap lembaga pendidikan perlu memiliki karakteristik, program, dan keunggulan yang dapat dikenali oleh masyarakat. Pada konteks ini, Yayasan Al Ma'soem Bandung memiliki berbagai

capaian dan aktivitas pendidikan yang menjadi bagian dari identitas lembaga. Capaian prestasi siswa yang beragam dari tingkat daerah hingga internasional menjadi salah satu aspek yang dapat ditampilkan dan dikomunikasikan kepada publik.

Berbagai capaian dan aktivitas tersebut memberikan ruang bagi Yayasan Al Ma'soem Bandung untuk menampilkan kemampuan, nilai, dan karakteristik lembaga kepada masyarakat, bagaimana Yayasan Al Ma'soem Bandung menyusun, memilih, dan mengkomunikasikan berbagai aktivitas serta capaian lembaganya kepada publik menjadi hal yang relevan untuk dikaji secara ilmiah. Proses tersebut penting untuk memahami bagaimana strategi *Impression Management* digunakan dalam membentuk dan merepresentasikan citra Yayasan Al Ma'soem Bandung di ruang publik

Praktik *Impression management* membuat lembaga pendidikan dapat membangun citra yang kuat dan kompetitif. Penyajian aktivitas keseharian, prestasi, hingga lingkungan sosial sekolah membantu publik membentuk pemahaman mengenai karakter lembaga tersebut, hal ini menjadi semakin penting ketika masyarakat memiliki banyak pilihan institusi pendidikan yang menawarkan keunggulan masing-masing.

Kajian mengenai *Impression management* telah banyak digunakan dalam berbagai konteks organisasi. Penelitian mengenai *Impression management* pada lembaga pendidikan menjadi penting untuk memahami bagaimana institusi pendidikan mengelola komunikasi dan aktivitasnya dalam membangun citra di ruang publik. Kajian ini tidak hanya memberikan pemahaman mengenai strategi

komunikasi yang digunakan oleh lembaga pendidikan, tetapi juga memberikan gambaran mengenai bagaimana nilai, identitas, serta budaya institusi direpresentasikan kepada masyarakat.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademis dalam kajian komunikasi organisasi dan *public relations*, khususnya terkait praktik pengelolaan kesan pada lembaga pendidikan. Penerapan pada lembaga pendidikan Islam dalam mengkaji strategi pembentukan citra institusional di ruang publik masih memerlukan pendalaman lebih lanjut. Penelitian ini berfokus untuk mengkaji bagaimana Yayasan Al Ma'soem Bandung menerapkan strategi *Impression management* dalam membentuk citra institusional di ruang publik.

Berdasarkan pemaparan fenomena dan temuan awal yang telah dijelaskan, kajian mengenai *Impression management* menjadi relevan untuk dilakukan guna memahami bagaimana lembaga pendidikan mengelola dan merepresentasikan citra institusionalnya di ruang publik, melalui berbagai aktivitas komunikasi yang dilakukan, lembaga pendidikan dapat membangun persepsi positif, memperkuat kepercayaan masyarakat, serta menegaskan identitas dan nilai-nilai yang ingin ditampilkan.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada bagaimana Yayasan Al Ma'soem Bandung mengelola *Impression management* sebagai upaya pembentukan citra lembaga pendidikan Islam di ruang publik. Penelitian ini difokuskan untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan memfokuskan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi *Ingratiation* dalam membangun kesan kedekatan dan keramahan di Yayasan Al Ma'soem Bandung?
2. Bagaimana implementasi *Self-Promotion* melalui prestasi akademik, kegiatan ekstrakurikuler, dan keunggulan fasilitas pendidikan di Yayasan Al Ma'soem Bandung?
3. Bagaimana implementasi *Exemplification* melalui kegiatan keagamaan, pembinaan karakter, dan aktivitas religius dalam memperkuat citra Yayasan Al Ma'soem Bandung Bandung?
4. Bagaimana implementasi *Supplication* dalam membangun kolaborasi, dukungan, dan partisipasi masyarakat di Yayasan Al Ma'soem Bandung?
5. Bagaimana implementasi *Intimidation* dalam penegakan kedisiplinan, tata tertib, dan regulasi internal di Yayasan Al Ma'soem Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, tujuan penelitian meliputi :

1. Mengetahui bagaimana implementasi *Ingratiation* dalam membangun kesan kedekatan dan keramahan di Yayasan Al Ma'soem Bandung
2. Mengetahui bagaimana implementasi *Self-Promotion* melalui prestasi akademik, kegiatan ekstrakurikuler, dan keunggulan fasilitas pendidikan di Yayasan Al Ma'soem Bandung
3. Mengetahui bagaimana implementasi *Exemplification* melalui kegiatan keagamaan, pembinaan karakter, dan aktivitas religius dalam memperkuat citra Yayasan Al Ma'soem Bandung Bandung

4. Mengetahui bagaimana implementasi *Supplication* dalam membangun kolaborasi, dukungan, dan partisipasi masyarakat di Yayasan Al Ma'soem Bandung
5. Mengetahui bagaimana implementasi *Intimidation* dalam penegakan kedisiplinan, tata tertib, dan regulasi internal di Yayasan Al Ma'soem Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada bidang *public relations*, serta kajian mengenai *Impression management* di lembaga pendidikan, melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini menyajikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana lembaga pendidikan islam mengelola citra, membangun identitas, serta menyampaikan nilai-nilai institusi.

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa, akademisi, dan peneliti yang ingin mengeksplorasi lebih lanjut praktik komunikasi lembaga pendidikan. Penelitian ini juga memperkaya literatur terkait penerapan praktik *Impression management*, khususnya dalam konteks lembaga pendidikan yang menjalankan strategi *Ingratiation*, *Self-Promotion*, *Exemplification*, *Supplication*, dan *Intimidation*. Penelitian ini turut menambah wawasan akademis mengenai komunikasi simbolik dan performatif dalam persaingan dunia pendidikan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini memberikan pemahaman nyata mengenai bagaimana Yayasan Al Ma'soem Bandung menerapkan strategi *Impression management* untuk membentuk citra sebagai lembaga pendidikan islam yang modern, kompetitif, dan berkarakter. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi tim humas atau pengelola Yayasan Al Ma'soem Bandung dalam memperbaiki, menyusun, dan mengembangkan identitas lembaga.

Penelitian ini juga dapat mendukung proses pengambilan keputusan terkait pengelolaan citra lembaga, terutama dalam menampilkan nilai keislaman, prestasi, kedisiplinan, dan lingkungan belajar secara menarik dan kredibel.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Landasan Teoritis

Landasan teoritis merupakan kumpulan konsep dan teori ilmiah yang digunakan untuk mendukung dan menjelaskan analisis dalam penelitian. Sugiyono (2013:213) menjelaskan bahwa landasan teori berfungsi sebagai bekal untuk bisa memahami konteks sosial secara lebih luas dan mendalam. Kerangka teori tersebut turut memandu peneliti dalam memahami, mengorganisasi, serta menafsirkan temuan penelitian beserta implikasinya secara lebih sistematis dan bermakna. Pendekatan ini memberi ruang bagi peneliti untuk menyesuaikan teori dengan temuan lapangan sehingga analisis menjadi lebih mendalam dan relevan.

Penelitian ini membahas *Impression management* Yayasan Al Ma'soem Bandung dalam Membentuk Citra di Ruang Publik (Studi Deskriptif pada

Yayasan Al Ma'soem Bandung) Teori yang digunakan yaitu Teori *Impression management*, yang dikembangkan oleh Jones & Pittman (1982)

Teori *impression management* memandang interaksi sosial seperti sebuah pertunjukan drama, individu maupun organisasi dianggap sebagai aktor yang menampilkan peran tertentu di hadapan publik. Goffman (1959:57) menjelaskan bahwa terdapat dua wilayah utama, dalam perspektif dramaturgi, yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) Panggung depan merupakan ruang di mana citra diperlihatkan melalui *setting*, penampilan, dan berbagai penunjang ekspresi. Panggung belakang merupakan ruang internal tempat mempersiapkan strategi, menutupi kekurangan, dan mengatur bagaimana diri ditampilkan kepada publik.

Kajian mengenai *Impression management* membahas upaya individu maupun organisasi dalam membangun citra tertentu di mata publik. Pemahaman atas konsep serta strategi yang terlibat di dalamnya diperlukan untuk melihat bagaimana aktor sosial mengelola tindakan, komunikasi, dan penampilan mereka dalam berbagai bentuk interaksi. Jones & Pittman dalam (Saidah, 2023:120) menjelaskan bahwa pengelolaan kesan dapat dilakukan melalui lima strategi utama yang digunakan dalam *impression management*, yaitu *Ingratiation*, *Self-Promotion*, *Exemplification*, *Supplication*, dan *Intimidation*. Kelima strategi ini selalu digunakan oleh individu maupun organisasi untuk membentuk persepsi tertentu di mata audiens.

1. Strategi *Ingratiation*

Strategi *Ingratiation* digunakan untuk menciptakan kesan bahwa organisasi bersifat, ramah, dan mudah didekati. Strategi ini dapat dilakukan dengan memuji, memberikan bantuan, menunjukkan sikap positif, atau menyetujui opini publik. Strategi *Ingratiation* pada Yayasan Al Ma'soem Bandung, dapat dilihat melalui kegiatan yang memperlihatkan kedekatan antara siswa, guru, dan lingkungan sekolah yang menyenangkan, serta respons positif dari publik.

2. Strategi *Self-Promotion*

Strategi *Self-Promotion* bertujuan menampilkan kompetensi dan keunggulan organisasi. Jones & Pittman menggambarkan sebagai strategi untuk menampilkan prestasi, kemampuan, atau keberhasilan agar organisasi dipandang kredibel dan profesional. Yayasan Al Ma'soem Bandung menerapkan strategi ini melalui prestasi lembaga, keunggulan fasilitas pendidikan, hingga pencapaian ekstrakurikuler siswa.

3. Strategi *Exemplification*

Strategi *Exemplification* merupakan upaya untuk menampilkan diri sebagai organisasi yang bermoral, disiplin, dan berintegritas. Melalui strategi ini, lembaga berusaha menghadirkan citra sebagai teladan dengan menampilkan nilai-nilai etis yang dianut. Strategi *Exemplification* dapat diwujudkan melalui perilaku yang mencerminkan kepedulian, kejujuran, kedisiplinan, serta kedermawanan sebagai bentuk konsistensi nilai moral yang ingin ditampilkan kepada publik. Pada Yayasan Al Ma'soem Bandung, strategi ini tampak pada

berbagai kegiatan keagamaan, pembinaan karakter, dan program-program moral lainnya yang menegaskan komitmen lembaga terhadap nilai-nilai Islam.

Strategi ini memiliki peran penting dalam membangun citra organisasi pendidikan, karena nilai moral dan integritas merupakan unsur utama yang dinilai oleh orang tua, siswa, dan masyarakat. Kegiatan dalam menampilkan praktik keagamaan dan pembinaan akhlak secara konsisten, Yayasan Al Ma'soem Bandung tidak hanya menunjukkan identitas kelembagaan, tetapi juga memperkuat legitimasi sebagai lembaga pendidikan Islam yang kredibel. Praktik ini sekaligus menegaskan bahwa moralitas bukan sekadar konsep, tetapi menjadi bagian nyata dari budaya institusi yang terus dipresentasikan.

4. Strategi *Supplication*

Strategi *Supplication* merupakan pendekatan yang menonjolkan sisi kerentanan atau kebutuhan tertentu untuk memunculkan empati dari audiens sehingga mereka terdorong memberikan dukungan. Strategi ini biasanya digunakan pada kondisi yang membutuhkan kedekatan emosional antara organisasi dan publik. Pada Yayasan Al Ma'soem Bandung, penerapan strategi ini terlihat pada partisipasi dalam kegiatan sekolah, serta berbagai bentuk kerja sama yang menegaskan pentingnya dukungan orang tua dan masyarakat terhadap program lembaga. Penerapan strategi *Supplication* pada lembaga pendidikan memiliki fungsi yang lebih luas karena mampu memperkuat hubungan timbal balik antara institusi dan komunitasnya. Pada Yayasan Al-Masoem, strategi ini berkontribusi dalam membangun dukungan moral maupun partisipatif terhadap kegiatan akademik, keagamaan, hingga program sosial yang dijalankan lembaga.

5. Strategi *Intimidation*

strategi *Intimidation* menurut Jones & Pittman (1982:238), bertujuan membangun kesan bahwa individu atau organisasi memiliki kekuatan dan kewenangan melalui ancaman atau konsekuensi yang ditimbulkan. Pada konteks lembaga pendidikan, ancaman tersebut bukan berupa kekerasan, melainkan konsekuensi atas pelanggaran aturan. Penerapan sanksi yang tegas, sistem poin, hingga pemutusan hubungan kerja bagi pelanggar berat menunjukkan komitmen lembaga dalam menegakkan disiplin. Strategi ini bertujuan membangun kesan bahwa organisasi memiliki kewenangan yang kuat, salah satunya melalui penerapan aturan dan penegakan disiplin. Penerapan strategi ini pada Yayasan Al Ma'soem Bandung terlihat dalam menampilkan regulasi sekolah, ketertiban siswa, serta penegasan terhadap standar kedisiplinan yang berlaku di lingkungan lembaga.

Pemanfaatan strategi intimidasi dalam konteks pendidikan berfungsi untuk menunjukkan komitmen lembaga terhadap tata tertib dan standar perilaku yang harus dipatuhi seluruh warga sekolah. Kegiatan yang menampilkan kedisiplinan dan ketegasan tidak hanya menunjukkan bentuk pengawasan, tetapi juga merepresentasikan budaya institusi yang menjunjung nilai keteraturan. Praktik ini berkontribusi memperkuat citra Yayasan Al Ma'soem Bandung sebagai lembaga pendidikan yang serius dalam membentuk karakter siswa, sekaligus menjaga kualitas lingkungan belajar.

1.5.2 Landasan Konseptual

1. *Impression management*

Impression management merupakan upaya yang dilakukan oleh individu maupun organisasi untuk menampilkan kesan tertentu agar memperoleh penilaian positif dari pihak lain. (Saidah, 2023:120) menjelaskan bahwa *Impression management* merupakan usaha sadar yang dilakukan seseorang untuk membentuk kesan awal yang disukai oleh orang lain. Kesan yang dikelola secara baik memberikan keuntungan dalam berbagai situasi sosial, termasuk dalam membangun kepercayaan, legitimasi, serta citra diri maupun citra lembaga di ruang publik. Manajemen kesan tidak hanya berkaitan dengan penampilan, tetapi juga mencakup strategi komunikasi yang dirancang secara terencana.

Impression management dapat dipahami melalui berbagai strategi perilaku yang digunakan untuk memengaruhi persepsi publik. Kerangka tersebut mengelompokkan praktik *Impression management* ke dalam beberapa strategi utama yang menggambarkan cara aktor sosial menampilkan diri sesuai dengan tujuan citra yang ingin dibangun. Pendekatan ini menegaskan bahwa pengelolaan kesan merupakan proses yang sistematis dan dapat dianalisis melalui pola-pola perilaku yang tampak.

Impression management pada konteks lembaga pendidikan diwujudkan melalui pengelolaan komunikasi kelembagaan yang terencana. Lembaga pendidikan untuk menampilkan aktivitas akademik, nilai-nilai institusi, serta identitas religius dan profesional secara visual dan naratif. Representasi yang

disusun secara terstruktur berfungsi untuk membangun citra institusional, memperkuat kepercayaan publik, serta menjaga konsistensi identitas Lembaga.

2. Citra

Citra menggambarkan kumpulan persepsi, keyakinan, dan kesan yang terbentuk dalam benak seseorang terhadap suatu objek, baik itu individu, organisasi, maupun kelompok tertentu. Sujanto, (2019:120) menjelaskan bahwa citra merupakan hasil dari akumulasi pandangan dan pengalaman yang diperoleh publik terhadap suatu entitas, sehingga menciptakan gambaran utuh mengenai bagaimana objek tersebut dipahami dan dinilai. Citra terbentuk melalui berbagai interaksi langsung maupun tidak langsung, termasuk informasi yang dikonsumsi masyarakat, aktivitas komunikasi yang dilakukan organisasi, serta ekspektasi publik terhadap peran yang dijalankan oleh objek tersebut. Citra dalam konteks organisasi berfungsi sebagai refleksi dari bagaimana publik memaknai keseluruhan penawaran, pelayanan, maupun perilaku lembaga. Citra tidak hanya dibentuk oleh pesan yang disampaikan secara formal, tetapi juga oleh konsistensi tindakan dan kualitas interaksi yang dijalankan organisasi. Citra yang kuat dan positif dapat memperkuat kepercayaan serta kredibilitas lembaga, terutama dalam lingkungan yang kompetitif seperti dunia pendidikan, di mana persepsi publik memiliki pengaruh besar terhadap reputasi dan legitimasi institusi.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Yayasan Al Ma'soem Bandung yang berlokasi di Jln. Raya Cipacing No. 22, Kecamatan Jatinangor Sumedang,

Kabupaten Sumedang. Lokasi tersebut dipilih berdasarkan tempat di mana aktivitas Yayasan Al Ma'soem Bandung berlangsung, sehingga memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data yang diperlukan selama proses penelitian.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini dilandaskan pada paradigma konstruktivisme, merupakan suatu pandangan yang meyakini bahwa realitas sosial bukanlah entitas objektif yang bersifat tetap, melainkan hasil konstruksi sosial yang terbentuk melalui proses interaksi dan komunikasi antara individu dengan lingkungan sosialnya. Daymon & Holloway, (2011:5–6) menjelaskan bahwa paradigma konstruktivisme memusatkan perhatian pada bagaimana makna diciptakan, dipertahankan, dan diinterpretasikan secara subjektif oleh pelaku sosial dalam konteks yang spesifik.

Paradigma ini, peneliti diposisikan sebagai bagian dari proses pembentukan makna bersama partisipan. Objek yang diteliti tidak semata-mata dipahami sebagai fakta-fakta objektif, tetapi sebagai konstruksi yang hidup dan dinamis dalam pengalaman sosial. Perspektif ini dipandang relevan dengan fokus penelitian ini, yaitu memahami bagaimana strategi *Impression management* dibentuk dan dijalankan oleh Yayasan Al-Ma'soem. Makna yang dibangun oleh latar belakang sosial, budaya, nilai organisasi. Pemahaman yang bersifat kontekstual ini memungkinkan peneliti menangkap bagaimana citra lembaga dikonstruksi dan dinegosiasikan melalui praktik komunikasi.

Paradigma konstruktivisme juga mengakui bahwa makna yang terbentuk dalam komunikasi tidak bersifat tunggal atau *universal*, melainkan bervariasi tergantung pada latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman individu.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menelaah fenomena komunikasi secara mendalam dan kontekstual, serta menangkap realitas sosial sebagaimana dipahami oleh pelaku komunikasi itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk yang bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam mengenai strategi komunikasi visual yang digunakan Yayasan Al Ma'soem dalam mengelola citra di ruang publik. Pendekatan ini memberikan ruang bagi peneliti untuk memahami strategi *Impression management* sebagaimana dipersepsikan dan dialami oleh pihak yang terlibat.

Paradigma konstruktivisme dan pendekatan kualitatif saling melengkapi dalam penelitian ini karena keduanya menekankan pentingnya pemaknaan subjektif dan konteks sosial dalam memahami tindakan komunikasi institusional. Penelitian diharapkan mampu menghasilkan pemahaman komprehensif mengenai bagaimana citra Yayasan Al Ma'soem dibentuk, dipresentasikan, dan diinterpretasikan dalam ruang publik.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Sugiyono Sugiyono, (2013:7) menjelaskan bahwa pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan menggambarkan kondisi, situasi, atau fenomena sebagaimana adanya dalam konteks alami tanpa menggunakan data numerik. Pendekatan ini berfokus pada pemahaman mendalam terhadap realitas sosial melalui kata-kata, narasi, maupun simbol visual yang muncul dari proses interaksi

di lapangan. Metode ini memungkinkan peneliti menyesuaikan proses penelitian dengan dinamika yang ditemukan selama pengumpulan data berlangsung.

Pemilihan metode ini disesuaikan dengan kebutuhan penelitian untuk menganalisis strategi *Impression management* yang dilakukan Yayasan Al Ma'soem Bandung. Data yang diperoleh dari wawancara, agar peneliti dapat menyajikan temuan dalam bentuk uraian yang jelas dan sistematis. Penerapan metode deskriptif kualitatif membantu peneliti memperoleh gambaran yang mendalam mengenai bagaimana yayasan membangun citra lembaga melalui praktik komunikasi, serta bagaimana representasi tersebut dipahami oleh publik. Metode ini memberikan ruang bagi peneliti untuk menangkap realitas sosial secara komprehensif sehingga kesimpulan yang dihasilkan sesuai dengan konteks penelitian.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk uraian, kata-kata, gambar, atau dokumen yang mencerminkan keadaan sebenarnya di lapangan. Sugiyono (2013:13) menjelaskan bahwa data kualitatif diperoleh dari situasi alamiah dan tidak disajikan dalam bentuk angka, melainkan melalui deskripsi yang memungkinkan peneliti memahami fenomena secara mendalam dan holistik. Data jenis ini dipilih karena penelitian berfokus pada penafsiran makna, proses komunikasi, serta representasi citra yang dibangun Yayasan Al-Ma'soem.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini merujuk pada data yang diperoleh secara langsung dari pihak yang menjadi objek penelitian. Sugiyono (2013:137) menjelaskan bahwa sumber primer merupakan informasi yang diberikan langsung oleh narasumber kepada peneliti tanpa melalui perantara. Konteks penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dengan pengelola Yayasan Al Ma'soem Bandung serta pengamatan langsung terhadap aktivitas komunikasi yayasan. Data tersebut memberikan gambaran faktual mengenai proses *Impression management* yang dilakukan lembaga.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh bukan dari narasumber secara langsung, melainkan melalui dokumen, arsip, atau sumber lain yang berkaitan dengan objek studi. Sugiyono (2013:137) menjelaskan bahwa data sekunder dapat berupa catatan, literatur, dokumen visual, maupun informasi yang diperoleh melalui pihak lain.

1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

a. Informan dan Unit Analisis

Informan dalam penelitian kualitatif merupakan individu atau pihak yang memiliki pengalaman serta keterlibatan langsung dengan fenomena yang diteliti sehingga mampu memberikan informasi yang mendalam dan relevan. Moleong dalam Sirulhaq (2026:123) menjelaskan bahwa pemilihan informan dalam penelitian kualitatif dipilih perlu mempertimbangkan keragaman pengalaman dan

sudut pandang agar data yang diperoleh mampu memberikan gambaran mengenai penelitian ini, secara lebih komprehensif. Penentuan informan dalam penelitian ini didasarkan pada pengetahuan, pengalaman, serta keterlibatan pihak Yayasan Al Ma'soem Bandung dalam pengelolaan komunikasi.

Informan dipilih untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai strategi *Impression management* yang diterapkan oleh yayasan. Informan dalam penelitian ini terdiri atas beberapa pihak yang memiliki peran berbeda namun saling berkaitan dalam proses komunikasi lembaga, antara lain pengelola, serta staf humas atau bagian komunikasi yang terlibat dalam perancangan pesan, pengelolaan citra, dan strategi komunikasi lembaga di ruang publik. Keberagaman peran informan tersebut memungkinkan peneliti memperoleh sudut pandang yang lebih menyeluruh mengenai praktik pengelolaan kesan yang dilakukan lembaga.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah aktivitas komunikasi yang mencerminkan strategi *Impression management* pada Yayasan Al Ma'soem Bandung. Analisis terhadap unit tersebut bertujuan untuk memahami bagaimana lembaga menampilkan identitas, nilai, dan citra institusional yang ingin dibangun kepada publik.

b. Teknik Penentuan informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini mengacu pada pertimbangan keterlibatan langsung serta relevansi peran informan terhadap fokus penelitian yang dikaji. Moleong dalam Sirulhaq (2026:123) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, pemilihan informan perlu memperhatikan keragaman pengalaman dan sudut pandang agar data yang diperoleh mampu memberikan

gambaran fenomena secara lebih komprehensif. Pemilihan informan tidak ditentukan berdasarkan jumlah tertentu, melainkan disesuaikan dengan kebutuhan data dan tingkat kecukupan informasi yang diperoleh selama proses penelitian berlangsung.

Jumlah informan dalam penelitian ini ditetapkan empat orang dengan mempertimbangkan variasi peran dan keterlibatan dalam pengelolaan dan komunikasi lembaga. Penambahan atau penghentian pengambilan informan dilakukan berdasarkan kecukupan data, yaitu ketika informasi yang diperoleh telah menunjukkan pola yang berulang dan tidak lagi menghasilkan temuan baru yang signifikan.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan aspek penting dalam proses penelitian guna memperoleh informasi yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Informasi tersebut menjadi dasar dalam menganalisis fenomena yang terjadi. Penelitian ini menggunakan dua teknik pengumpulan data utama, yaitu wawancara mendalam dan observasi Nonpartisipatif. Kedua teknik ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai strategi *impressiont management* yang dilakukan oleh Yayasan Al Ma'soem Bandung.

a. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang bertujuan menggali informasi secara rinci mengenai pengalaman, pemahaman, serta perspektif informan terhadap fenomena yang diteliti. Wawancara mendalam adalah interaksi langsung antara peneliti dan

informan untuk memperoleh penjelasan yang lebih luas mengenai suatu topik berdasarkan sudut pandang narasumber. Teknik ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memahami makna dan alasan di balik tindakan komunikasi yang dilakukan oleh informan.

Penerapan wawancara mendalam dalam penelitian ini dipilih untuk memudahkan peneliti memperoleh gambaran komprehensif mengenai strategi *Impression management* yang diterapkan Yayasan Al Ma'soem Bandung. Peneliti menggali informasi langsung dari pengelola lembaga, dan staf humas mengenai proses komunikasi, serta strategi yang digunakan untuk membangun citra lembaga. Teknik wawancara mendalam bersifat fleksibel sehingga peneliti dapat menyesuaikan pertanyaan dengan situasi lapangan dan menggali informasi tambahan yang muncul secara spontan dari informan.

b. Observasi Nonpartisipatif

Observasi Nonpartisipatif merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati aktivitas dan kondisi objek penelitian tanpa terlibat secara langsung dalam kegiatan yang berlangsung. Sugiyono (2013:148) menjelaskan bahwa observasi nonpartisipatif memungkinkan peneliti mengamati perilaku, interaksi, dan dinamika sosial secara alami tanpa mempengaruhi jalannya kegiatan. Teknik ini memberikan peluang bagi peneliti untuk melihat proses sosial sebagaimana adanya serta mencatat peristiwa penting yang muncul di lapangan.

Penerapan observasi Nonpartisipatif dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas komunikasi Yayasan Pendidikan Al-Masoem. Peneliti mencatat interaksi yang terjadi di yayasan. Teknik ini membantu peneliti

memperoleh data objektif mengenai bagaimana citra lembaga dibangun dan dipertahankan melalui praktik komunikasi sehari-hari. Peneliti berperan sebagai pengamat sehingga seluruh proses dapat diamati tanpa mengganggu aktivitas yang sedang berlangsung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui penelaahan berbagai dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian. Menurut Sugiyono (2013:240), dokumen adalah catatan mengenai peristiwa yang telah terjadi dan dapat berbentuk tulisan, gambar, maupun karya lainnya yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau aktivitas tertentu. Dokumentasi berfungsi sebagai data pendukung yang melengkapi hasil observasi dan wawancara sehingga informasi yang diperoleh menjadi lebih komprehensif. Penerapan teknik dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan dan menelaah berbagai dokumen yang berkaitan dengan Yayasan Al Ma'soem Bandung.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan prosedur yang digunakan untuk mengolah, menata, dan memahami data sehingga menghasilkan makna yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Tahap ini menjadi proses penting setelah data dikumpulkan, karena analisis memungkinkan peneliti menafsirkan informasi secara mendalam dan sistematis berdasarkan konteks penelitian. Hardani et al. (2020:162) menjelaskan bahwa analisis data dilakukan melalui proses mengumpulkan, mengkategorikan, serta menyusun data secara sistematis berdasarkan hasil wawancara, observasi, catatan lapangan, maupun dokumentasi.

Data kemudian diorganisasi ke dalam kategori tertentu, diuraikan menjadi bagian-bagian kecil, disintesis, disusun dalam pola tertentu, dipilih berdasarkan tingkat kepentingannya, hingga akhirnya menghasilkan simpulan yang dapat dipahami oleh peneliti maupun pembaca. Analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat induktif, yaitu proses penarikan makna yang diawali dari data empiris.

Data yang telah dikumpulkan digunakan untuk membentuk dugaan awal atau hipotesis sementara. Dugaan ini kemudian diuji secara berulang melalui pengumpulan data berikutnya hingga diperoleh pola informasi yang konsisten. Menurut Hardani et al. (2020:162), analisis data mengikuti tiga alur kerja yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992), yaitu:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses pemilahan, penyederhanaan, dan pengorganisasian data mentah agar menjadi lebih terarah. Tahap ini mencakup kegiatan memilih informasi yang relevan, mengelompokkan data ke dalam kategori tertentu, membuang data yang tidak diperlukan, serta menyusun data dalam bentuk yang lebih ringkas. Melalui proses ini, data yang kompleks dapat ditransformasikan menjadi informasi yang lebih mudah dipahami dan siap untuk dianalisis lebih lanjut.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan proses menata informasi dalam bentuk yang tersusun sehingga memudahkan peneliti melihat pola atau hubungan tertentu. Miles dan Huberman menekankan bahwa penyajian data tidak hanya berupa teks naratif, tetapi dapat berupa bagan, matriks, tabel, atau bentuk visual lainnya agar peneliti

dapat melakukan interpretasi secara lebih akurat. Penyajian yang baik membantu peneliti menghindari kekeliruan dalam membaca data serta mempermudah pengambilan keputusan pada tahap analisis berikutnya.

c. Penarikan Simpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Tahap terakhir adalah menarik simpulan berdasarkan pola yang ditemukan dalam data. Simpulan awal yang diperoleh bersifat sementara dan masih membutuhkan pembuktian melalui verifikasi data tambahan. Simpulan menjadi kuat apabila didukung oleh bukti yang konsisten dan tidak bertentangan dengan temuan lainnya. Proses verifikasi dilakukan sepanjang pengumpulan data agar simpulan akhir benar-benar mencerminkan realitas yang diamati.

