

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

*Impression management* merupakan bentuk dari “mengelola penampilan” seperti apa seseorang ingin dilihat oleh orang lain. *Impression management* menyebutkan ketika berinteraksi sosial seseorang berusaha menampilkan dirinya didepan orang lain. *Impression management* menarik untuk di teliti untuk mengetahui bagaimana seseorang mengelola kesannya yang ingin ditampilkan dan untuk mengetahui mengenai realitas diri seseorang. *Impression management* merupakan sebuah upaya pengelolaan dari seseorang mengenai bagaimana dirinya ingin dilihat oleh orang lain. Apa yang akan ditampilkan oleh seseorang menjadi sebuah persepsi bagi orang yang melihatnya.

*Impression management* citra merupakan salah satu fenomena yang mulai ramai diperbincangkan saat ini. Pasalnya hal tersebut dapat memberikan dampak yang baik jika dilakukan dengan tepat. Pengelolaan citra diri merupakan salah satu bagian dari *impression management*, melalui *impression management* seseorang dapat menyuguhkan keterampilan, karakter diri, keistimewaan yang ada berada di dirinya agar dapat menciptakan citra yang dapat dipersepsikan oleh orang lain. *Impression management* juga secara umum dapat didefinisikan sebagai sebuah teknik presentasi diri yang didasarkan pada tindakan mengontrol persepsi orang lain dengan cepat dan mengungkapkan aspek yang dapat menguntungkan diri sendiri atau tim. *Impression management* adalah sadar atau bawah sadar proses dimana

orang berusaha untuk mempengaruhi persepsi orang lain tentang seseorang, objek atau kejadian. *Impression management* dapat mencakup aktivitas, keahlian, pekerjaan dan lain sebagainya yang mana akan memudahkan dikenalnya seseorang karena memiliki ciri khas tersendiri.

*Impression management* dapat dilakukan dengan berbagai sarana, salah satunya menggunakan sarana media sosial yaitu instagram. Pengelolaan impresi melalui instagram banyak digunakan karena dapat dijangkau oleh semua khalayak tanpa ada batasan juga instagram dapat digunakan oleh berbagai kalangan mulai dari yang muda hingga tua. Melalui Instagram pengguna dapat mengelola kesan (*management impression*) dirinya dengan menggunakan fitur-fitur menarik yang dapat dijadikan untuk mengekspresikan diri, membentuk visualisasi segala aktivitasnya dan menjadikan karya.

Instagram memfokuskan pada unggahan foto, video, berkomentar, menyukai video dan foto, dan dapat mengirimkan pesan instan kepada orang lain, seiring berkembangnya zaman Instagram terus berinovasi dengan menyediakan fitur-fitur yang menarik seperti filter digital, IGTV, *Reels*, *Close friends*, *Stories*, *explore*, *shopping* dan lain sebagainya. Penggunaan media sosial instagram dapat memberikan kemudahan bagi Tissa Biani dalam membangun komunikasi, dan melakukan presentasi diri Tissa Biani sebagai seorang aktris dihadapan orang lain.

Berdasarkan data pra penelitian yang di kutip dari katadata.co.id pada 27 september 2023, dalam We Are Social yang dirilis pada 26 september 2023 melaporkan bahwa jumlah pengguna instagram global mencapai 1,63 miliar per April 2023. Sementara jumlah pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai

106 juta orang per April 2023. Ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak keempat di dunia. Jumlah pengguna Instagram di Tanah Air meningkat 18,9% dibandingkan kuartal sebelumnya (*quarter-to-quarter/qtq*) yang sebanyak 89,15 juta orang per Januari 2023. Berdasarkan data banyaknya penggunaan media sosial Instagram menunjukkan bahwa *impression management* dapat membantu setiap individu dalam menunjukkan atau mempresentasikan dirinya, termasuk Tissa Biani Azzahra.

Tissa Biani Azzahra merupakan salah satu aktris yang mulai naik daun saat ini, ia merupakan seorang pemeran, model, dan juga penyanyi. Tissa Biani ini memiliki pengikut di Instagram 4,7 juta dengan total unggahan 1.885 unggahan per Agustus 2023. Akun instagram milik Tissa sudah mendapat centang biru yang menandakan bahwa Instagram telah menyetujui akun yang digunakan adalah akun asli yang merepresentasi seorang *public figure*. Dalam akun Instagramnya, Tissa mengunggah berbagai macam kegiatannya seperti *daily activity*, promosi film, pemotretan, *shooting*, *endorsement*, dan promosi lagu, manggung, membuat lagu, dan lain-lain.

Awal mula Tissa Biani memulai karir dalam dunia perfilman pada tahun 2012 dengan film tanah surga... katanya. Tissa Biani merupakan aktris pertama yang memenangkan Piala Citra untuk Pemeran Anak Terbaik pada edisi perdananya yakni tahun 2014 atas film 3 Nafas Likas. Ia dikenal atas perannya dalam sejumlah sinetron dan seri web seperti Catatan Harian Aisha, Cinta Fitri, dan 7 Hari Sebelum 17 Tahun serta beberapa film seperti *Laundry Show*, *The Way I Love You*, dan KKN di Desa Penari.

Selain berbakat dalam dunia *acting* Tissa Biani juga memiliki ketertarikan dalam dunia tarik suara, karena hal tersebut Tissa kini memiliki beberapa lagu yang telah dirilis yaitu berjudul anggur cinta, bahagia sama kamu, cukup aku, cinta tak bersyarat, rindu yang palsu dan Dinda dimana.

Berdasar data pra penelitian pada aktivitas *Reels* media sosial Tissa Biani Azzahra di Instagram dengan nama akun @tissabiani terekam salah satu momen saat proses menulis lagu bersama Oncy yaitu Gitaris dari ungu dan Barsena seorang penyanyi, terlihat disela berdiskusi Tissa banyak tertawa dikarenakan bercanda, namun tak lama berselang itu kembali fokus dan serius membahas soal lirik lagu.

Seorang aktris maupun aktor memiliki gaya dan ciri khasnya masing-masing sebagai seorang *public figure* sesuai dengan seperti apa yang diinginkan. Tissa Biani menggunakan impression management dirinya sebagai penunjang dalam karirnya di industri hiburan, maka dari itu tentunya sebagai seorang aktris Tissa Biani tak luput dari kegiatan impression management dalam melakukan interaksi. Hal tersebut menjadi menarik untuk diteliti terkait bagaimana *Impression management image* Tissa Biani Azzahra melalui media sosial instagram.

Berdasarkan data pra penelitian aktivitas *reels* lainnya, terdapat momen dimana Tissa Biani sedang melakukan promosi film bersama para aktor dan aktris lainnya, terlihat Tissa Biani yang terkadang melakukan hal konyol beberapa kali sehingga membuat para aktris dan aktor lain tertawa. Ini menunjukkan bahwa Tissa terkadang bersikap konyol ketika tidak sedang dalam waktu serius, akan tetapi saat berurusan dengan *acting* akan menjadi professional.

Tissa Biani yang merupakan seorang aktris pada dasarnya akan menampilkan sisi yang menarik perhatian *public* sesuai dengan target publik. Apa yang di tampilkan pada media sosial Instagram tentu telah dikelola oleh tissa sebagaimana dirinya sebagai *public figure* tentu apa yang ditampilkan di akun instagramnya akan menjadi contoh oleh pengikutnya. Hal tersebut berkaitan dengan *impression management* berdasarkan pada teori *impression management*, yang dilakukan tissa biani azzahra melalui media sosial Instagram, hal ini menjadi menarik untuk diteliti melihat bagaimana strategi seseorang membangun citra yang kuat dari dirinya dengan memanfaatkan media sosial.

Dalam dunia kehumasan *impression management* sangat penting penggunaannya bagi seorang praktisi humas, pasalnya *impression management* dapat membantu seorang praktisi humas dalam mengelola citra sebuah lembaga yang diwakilinya, karena pada dasarnya seorang praktisi humas harus bisa menampilkan kesan yang baik bagi publik agar dapat membangun kepercayaan publik terhadap lembaga yang diwakilinya, dengan terbentuknya kepercayaan publik terhadap lembaga maka akan semakin mudah untuk sebuah lembaga dalam mencapai tujuan-tujuannya.

## **1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan dalam latar belakang, bagaimana Tissa Biani membangun *impression management* melalui instagram sebagai seorang selebgram?

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka terdapat pertanyaan penelitian untuk membatasi penelitian yang akan dilaksanakan, sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi *ingratiation* dalam *impression management* Tissa Biani Azzahra melalui media sosial instagram?
2. Bagaimana strategi *self promotion* dalam *impression management* Tissa Biani Azzahra melalui media sosial instagram?
3. Bagaimana strategi *exemplification* dalam *impression management* Tissa Biani Azzahra melalui media sosial instagram?
4. Bagaimana strategi *supplication* dalam *impression management* Tissa Biani Azzahra melalui media sosial instagram?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada fokus dan pertanyaan penelitian yang telah ditentukan diatas, penelitian yang berjudul “***Impression Management* Citra Selebgram di Media Sosial**” memiliki beberapa tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi *ingratiation* dalam *impression management* Tissa Biani Azzahra melalui media sosial instagram
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi *self promotion* dalam *impression management* Tissa Biani Azzahra melalui media sosial instagram?
3. Untuk mengetahui bagaimana strategi *exemplification* dalam *impression management* Tissa Biani Azzahra melalui media sosial instagram
4. Untuk mengetahui bagaimana strategi *supplication* dalam *impression management* Tissa Biani Azzahra melalui media sosial instagram?

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Secara Akademis**

Kegunaan dari penelitian ini secara akademis yaitu :

1. Kegunaan bagi Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini dibuat agar mahasiswa Ilmu Komunikasi Humas dapat mempelajari mengenai *Impression management* ketika terjun dalam dunia kerja, pengelolaan kesan dalam dunia kerja humas dibutuhkan sebagai seorang humas.

2. Keegunaan bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini membuat peneliti mendapatkan pengalaman baru, mendapatkan relasi baru dan pengetahuan lebih mengenai *impression management* yang dapat digunakan ketika menjalankan praktik *Public Relation*.



### **1.4.2 Secara Praktis**

Kegunaan dari penelitian ini secara praktis yaitu :

1. Manfaat bagi selebgram

Manfaat bagi selebgram yaitu sebagai bahan evaluasi tentang pengelolaan dalam menampilkan kesan melalui media sosial khususnya instagram.

2. Manfaat bagi masyarakat

Manfaat bagi masyarakat yang akan melakukan impresi yaitu sebagai acuan untuk mempelajari lebih dalam mengenai pengelolaan dalam menampilkan kesan dalam dunia kerja.

## **1.5 Landasan Pemikiran**

### **1.5.1 Penelitian Terdahulu**

Data yang diperoleh dari penelitian ini berasal dari beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan, Adapun beberapa perbedaan tetapi dapat disimpulkan memiliki relevansi atau kesamaan terhadap penelitian yang akan dilaksanakan. Penelitian yang akan dilaksanakan beberapa penelitian terdahulu dikumpulkan lalu diklasifikasikan berdasarkan pada persamaan dan perbedaannya. Berdasarkan pada hal itu, berikut beberapa penelitian terdahulu yang telah dikumpulkan :

Pertama, Skripsi dengan judul ***“Manajemen Impresi 2 Selebgram Perempuan Pegiat Kesehatan Mental Melalui Instagram”*** oleh Anak Agung Ayu Sloka Putri Mayun program studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif agar dapat mengetahui dengan jelas mengenai pengelolaan kesan selebgram dalam memanfaatkan media sosial instagram. Hasil dari penelitian ini pada proses *Front stage* Gayatri Hutami Putri dan Chika Aulia untuk menampilkan diri mereka sebagai selebgram perempuan pegiat kesehatan mental. Pada proses *backstage*, Gayatri Hutami Putri dan Chika Aulia sama-sama berangkat dari latar belakang pendidikan



yaitu psikologi yang akhirnya memutuskan untuk membagikan konten mengenai kesehatan mental, Gayatri Hutami memang telah melakukan impresi soal kesehatan mental, sedangkan Chika Aulia hanya ingin berbagi soal kesehatan mental tanpa ada impresi, namun lama-kelamaan banyak yang menganggapnya selebgram. Penelitian tersebut mengkaji tentang pengelolaan kesan yang dilakukan oleh 2 orang selebgram dalam memanfaatkan media sosial, seperti apa ia menampilkan dirinya dirinya pada media sosial.

Kedua, jurnal dengan judul “*Impression Manangement Beauty Influencer Di Media Sosial Instagram*” oleh Inayatul Arofah dan Danang Tandyonomanu, mahasiswa program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode Studi Kasus dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini yaitu dalam melaksanakan pekerjaannya panggung depan merupakan ranah *beauty influencer* sebagai tokoh publik di Instagram yang dimana dirinya harus menampilkan peran dengan baik, sesuai dengan kesan apa yang ingin di bangun. Berdasarkan dari beberapa aspek penampilan dan perilaku yang dilakukan *beauty influencer* dalam mengelola kesan yang diharapkan. Pada wilayah panggung belakang *Beauty Influencer* menjalankan kehidupan sehari-harinya dengan lingkup keluarga, teman dekat ataupun tetangga dengan kesan apa adanya tanpa perlu ada yang ditutupi. Pada panggung belakang para informan tidak menggunakan karakteristiknya sebagai seorang *Beauty influencer* seperti di Instagram yang menampilkan perilaku tanpa ada pengelolaan kesan tertentu.

Ketiga, jurnal dengan judul “*Impression Management Selebgram di Media Sosial Instagram*” oleh Fathya Alissananda dan Maman Suherman mahasiswa program Studi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung. Penelitian tersebut mengkaji *impression management* seorang selebgram yang akan diteliti oleh penulis di sini adalah mahasiswa fikom unisba di panggung depan dan panggung belakang di media sosial Instagram. *Impression management* dibutuhkan ketika seseorang mempresentasikan diri dihadapan orang lain agar dapat diterima dengan baik, hal tersebut dapat diketahui berdasarkan penilaian dengan panggung depan dan panggung belakang. Perbedaan penelitian Fathya Alissananda dan Maman Suherman dengan penelitian yang akan dilaksanakan terletak pada subjek penelitian. Fathya Alissananda dan Maman Suherman mengambil subjek penelitian seorang mahasiswa *fikom* unisba. Adapun persamaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian, yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan sama menggunakan media sosial instagram, juga penggunaan teori yang sama yaitu teori dramaturgi. Dengan adanya persamaan tersebut dapat mempermudah penelitian yang akan dilaksanakan dalam mengolah data karena memiliki persamaan dalam metode penelitian.

Keempat, Skripsi dengan judul “*Impression Management Identitas Pengguna Media Sosial Facebook (Studi Fenomenologi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Alauddin Makassar)*” oleh Andi Putri Wahyuningsi mahasiswi program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Penelitian ini menggunakan metode Studi Fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian tersebut bahwasanya

dalam penggunaan Facebook terdapat panggung depan dan panggung belakang yang dimainkan oleh pengguna yang merupakan informan penelitian. Berdasarkan panggung depan informan melakukan teknik impression management yaitu teknik pengelolaan kesan agar dapat memperoleh peran yang diinginkan. Pengelolaan kesan dilakukan dengan mengatur moment yang ditampilkan, mengelola perilaku interaksi di dalam Facebook untuk memperoleh tanggapan positif dari orang lain yang merupakan simbol dari ketertarikan orang lain. Sementara pada panggung belakang yang merupakan kehidupan kenyataan, tidak ada penonton yang melihatnya, sehingga pengguna dapat melakukan berbagai hal yang disukai tanpa harus merasa khawatir akan penilaian orang lain.

Kelima, jurnal dengan judul ***“Impression Management Pustakawan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah”*** oleh Rizky Suftamdar dan Lydia Christiani mahasiswa program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Pustakawan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah telah menyadari pentingnya peningkatan kualitas diri demi meningkatkan citra positif perpustakaan pada masyarakat. Pustakawan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah telah melakukan proses impression management dalam upaya untuk meningkatkan kualitas diri demi meningkatkan citra perpustakaan. Pada aspek setting pustakawan memperhatikan dan menjaga kerapian dan kebersihan meja maupun ruang kerja tetapi pustakawan tidak memiliki kebebasan untuk menghias. Pada aspek appearance pustakawan memperhatikan penampilan mereka saat bekerja yang

meliputi pakaian dan aksesoris yang digunakan. Pada aspek manner pustakawan memperhatikan sopan santun saat bekerja dari segi bahasa yang digunakan dan tingkah laku. Pada back stage pustakawan mempersiapkan segala sesuatu untuk menunjang aspek dari front stage yang meliputi menjaga kebersihan dan kerapian baju, melakukan pengecekan koleksi dan mencari referensi dalam sopan santun saat berinteraksi.



**Tabel 1.1 Data Penelitian Terdahulu**

NO	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	Ket
1.	Anak Agung Ayu Sloka Putri Mayun, Manajemen Impresi 2 Selebgram Perempuan Pegiat Kesehatan Mental Melalui Instagram	Metode Kualitatif	Hasil dari penelitian proses <i>Front stage</i> Gayatri dan Chika untuk menampilkan diri mereka sebagai selebgram perempuan pegiat kesehatan mental. Gayatri dan Chika sama-sama dari Pendidikan psikologi yang akhirnya memutuskan untuk membagikan konten mengenai kesehatan mental, Gayatri Hutami memang telah melakukan impresi soal kesehatan mental, sedangkan Chika Aulia hanya ingin berbagi soal kesehatan mental tanpa ada impresi, namun lama-kelamaan banyak yang menganggapnya selebgram. dirinya dirinya pada media sosial.	Penelitian ini membahas mengenai pengelolaan kesan selebgram lokal di kota cilegon yang memberikan sumbangsih pemikiran tentang penelitian yang akan dilaksanakan.	Skripsi 2019

NO	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	Ket
2	Inayatul Arofah dan Danang Tandyonomanu, <i>Impression Manangement Beauty Influencer</i> di Media Sosial Instagram	Metode Studi Kasus	Hasil penelitian ini dalam melaksanakan pekerjaannya panggung depan merupakan ranah <i>beauty influencer</i> sebagai tokoh publik di Instagram dimana dirinya harus menampilkan peran dengan baik, sesuai dengan kesan apa yang ingin di bangun. Pada panggung belakang <i>Beauty Influencer</i> menjalankan kehidupan sehari-hari dengan lingkup orang-orang terdekat dengan kesan apa adanya, informan tidak menggunakan karakteristiknya sebagai seorang <i>Beauty influencer</i> seperti di Instagram yang menampilkan perilaku tanpa ada pengelolaan kesan tertentu.	Relevansi penelitian yang dilakukan dengan penelitian ini yaitu menggunakan media sosial Instagram dan penggunaan teori dramaturgi.	Jurnal Volume 02 Nomor 02 Tahun 2020.

NO	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	Ket
3	Fathya Alissananda dan Maman Suherman, Impression Management Selebgram di Media Sosial Instagram	Metode Kualitatif	Adanya perbedaan antara panggung depan dan panggung belakang, pada panggung depan informan berusaha menampilkan dirinya berwibawa, keren, rapih, pada panggung belakang dikenal dengan individu yang ceplas-ceplos dan memiliki pergaulan bebas. Proses impression management yang dilakukan oleh informan yang di teliti untuk mendapatkan apa yang dia inginkan dan memanfaatkan Instagram sesuai dengan apa yang menjadi kepentingannya. terlihat bahwasannya ada keinginan dalam memanfaatkan Instagram sebagai tempat eksistensi diri dan mendapatkan pundi-pundi rupiah dari hasil endorse beberapa produk.	Relevansi penelitian yang dilakukan dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif, menggunakan media sosial instagram, juga penggunaan teori dramaturgi.	Jurnal Volume 2, No. 1, Tahun 2022.

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	Ket
4.	Andi Putri Wahyuningsi, <i>Impression Management</i> Identitas Pengguna Media Sosial Facebook (Studi Fenomenologi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Alauddin Makassar)	Metode Studi Fenomenologi dengan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian tersebut bahwasanya dalam penggunaan Facebook terdapat pengelolaan kesan dilakukan dengan mengatur moment yang ditampilkan, mengelola perilaku interaksi di dalam Facebook untuk memperoleh tanggapan positif dari orang lain yang merupakan simbol dari ketertarikan orang lain. Sementara pada panggung belakang yang merupakan kehidupan kenyataan, tidak ada penonton yang melihatnya, sehingga pengguna dapat melakukan kehidupan sebagai manusia sebagaimana mestinya.	Relevansi penelitian yang dilakukan dengan penelitian ini yaitu penggunaan teori dramaturgi.	Skripsi 2017



No.	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian	Relevansi	Ket
5.	Rizky Suftamdar dan Lydia Christiani, <i>Impression Management</i> Pustakawan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah	Metode Kualitatif	Hasil dari penelitian ini terdapat proses impression management dalam upaya meningkatkan kualitas perpustakaan. Pada aspek setting pustakawan memperhatikan, menjaga kerapihan dan kebersihan meja maupun ruang kerja tetapi pustakawan tidak memiliki kebebasan untuk menghias. Aspek appearance pustakawan memperhatikan penampilan mereka saat bekerja yang meliputi pakaian dan aksesoris yang digunakan. Aspek manner pustakawan memperhatikan sopan santun saat bekerja dari segi bahasa yang digunakan dan tingkah laku. Pada back stage pustakawan mempersiapkan segala sesuatu untuk menunjang aspek dari front stage.	Penelitian ini membahas mengenai <i>impression management</i> Pustakawan Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah yang memberikan sumbangsih pemikiran tentang penelitian yang akan dilaksanakan.	Jurnal, Vol.8, No. 3, Tahun 2019

### 1.5.2 Landasan Teoritis

Teori pengelolaan kesan atau impression management merupakan suatu bentuk dari upaya dari presentasi diri. Jones dan Pittman (1982:235) mengembangkan taksonomi yang luas dengan tujuan untuk menangkap berbagai jenis perilaku impression management yang telah diidentifikasi oleh peneliti-peneliti terdahulu. Taksonomi menurut Jones dan Pittman ini dianggap yang paling sesuai serta umum digunakan oleh individu. Terdapat 5 strategi yang diperkenalkan oleh Jones dan Pittman dalam mempresentasikan diri melalui media sosial yaitu, *Ingratiation, Self Promotion, Exemplification, Intimidation, dan Supplication*.

Ketika menjalani kehidupan, manusia tentunya memerlukan orang lain agar dapat melakukan interaksi, interaksi tersebut dinamakan dengan interaksi sosial. Adanya interaksi sosial antar manusia dapat membuat manusia mencapai tujuan masing-masing. Interaksi yang dilakukan terdapat bumbu-bumbu agar terciptanya interaksi yang baik.

*Impression management* ditemukan dan dikembangkan oleh Erving Goffman pada Tahun 1959. Menurut Erving Goffman dalam Abshor (2022:93) Dramaturgi menjelaskan bahwa interaksi sosial merupakan hal yang sama dengan penampilan teater maupun drama di panggung. Manusia adalah pelaku yang berupaya untuk menyatukan kepribadian personal dan tujuan-tujuan terhadap orang lain, berdasarkan dengan pementasan dramanya sendiri, orang-orang berinteraksi dan ingin menampilkan gambaran diri agar dapat diterima. Dramaturgi merupakan interaksi yang dilakukan oleh seseorang dengan orang lain, agar dapat menciptakan persepsi yang dapat diterima.

Teori *impression management* relevan untuk digunakan dalam penelitian ini agar dapat mengetahui secara sistematis mengenai pengelolaan kesan Tissa Biani dalam penggunaan sosial media instagram. Teori *impression management* dan teori dramaturgi saling melengkapi dalam memahami bagaimana individu mengelola citra mereka dan berperan dalam interaksi sosial. Teori *impression management* menjelaskan teknik dan strategi yang digunakan individu untuk mengelola kesan mereka, yang sejalan dengan bagaimana teori dramaturgi melihat individu sebagai aktor yang memainkan peran tertentu untuk menciptakan kesan tertentu di depan publik. Keduanya memberikan wawasan tentang dinamika sosial dan bagaimana individu menavigasi berbagai situasi sosial dengan strategi dan penampilan yang berbeda.

## **1.5.2 Kerangka Konseptual**

### **1.5.2.1 *Impression Management***

*Impression management* atau pengelolaan pesan merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh seorang individu dalam menciptakan kesan atau persepsi tertentu atas dirinya dihadapan khalayak. Permainan peran yang dilakukan sebagian orang di media sosial instagram, akan membentuk suatu kondisi dalam suatu interaksi yang memberikan makna tersendiri.

Jones & Pittman (1982) mengemukakan bahwa presentasi diri ialah usaha yang dilakukan untuk menimbulkan kesan pada orang lain karena motif tertentu, terdapat lima tipologi strategi presentasi diri yang biasa dilakukan individu berdasarkan

atribut yang digunakan antara lain, yaitu *ingratiation*, *intimidation*, *self-promotion*, *exemplification*, dan *supplication*. *Impression management* merupakan suatu keadaan dimana seseorang menampilkan dirinya agar diperhatikan oleh orang lain.

### **1.5.2.2 Citra**

Citra merupakan hasil dari penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang datang dari publik dan masyarakat luas. Pada umumnya, citra bisa diketahui, diukur dan diubah. Citra juga dapat dikatakan bahwa bagaimana pandangan tentang individu, baik secara fisik atau keseluruhan mengenai individu, pandangan itu dapat berasal dari pendapat dan pandangan orang lain atau dari diri sendiri.

Citra menurut Ruslan (2017: 71) berkaitan dengan suatu penilaian, tanggapan, opini, kepercayaan publik, asosiasi atau simbol-simbol tertentu terhadap bentuk pelayanan, nama perusahaan dan merek suatu produk barang atau jasa dari pihak publik sebagai khalayak sasaran. Citra tersebut dapat bersifat positif atau negatif. Citra terbentuk dari penilaian yang dibuat oleh diri sendiri maupun oleh orang lain, Citra ini merupakan gambaran diri yang dipelajari dan terbentuk dari informasi pengalaman, umpan balik, dan kesimpulan yang buat.

### **1.5.2.3 Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Menurut Afriluyanto (2018:9) mengatakan jika kehadiran media sosial yang didukung oleh internet, memudahkan masyarakat

dalam memperoleh, mengelola, serta menyebarkan informasi dengan luas dan mudah. Media sosial adalah media komunikasi berbasis daring yang dapat digunakan oleh masyarakat atau penggunanya untuk melakukan berbagai macam aktivitas melalui berbagai macam jenis aplikasi-aplikasi media sosial yang telah diciptakan. Masyarakat bisa melakukan segala bentuk penyampaian komunikasi kepada siapapun dan dimanapun seperti membuat tulisan yang nantinya bisa dituangkan dalam blog pribadi ataupun media sosial, berbagi kebahagiaan dengan membuat konten kreatif seperti video blog atau vlog, meng-upload kegiatan dengan membagikan foto kita dan hal-hal lainnya kini bisa dilakukan oleh semua lapisan masyarakat di segala penjuru dunia melalui teknologi media sosial yang dilengkapi dengan internet.

## **1.6 Langkah-langkah Penelitian**

### **1.6.1 Subjek Penelitian/Informan**

Terdapat beberapa aspek yang menjadi peranan penting demi terlaksananya sebuah penelitian salah satunya adalah subjek penelitian. Subjek penelitian menurut Moleong (2010) adalah sebagai informasi, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan tentang situasi dan kondisi latar penelitian.

Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Tissa Biani Azzahra. Tissa Biani Azzahra merupakan seorang mahasiswi dari London School Of Public Relations program Studi Ilmu Komunikasi. Tissa merupakan kelahiran Depok dan saat ini menetap di Jakarta. Tissa memang sudah bercita-cita menjadi

artis sejak kecil. Debut pertamanya di layar lebar dimulai saat ia berperan sebagai Salina dalam film Tanah Surga Katanya, saat itu usianya masih 10 tahun. Tissa mendapatkan nominasi Pemain Cilik Terpilih Piala Maya 2014 dan meraih penghargaan sebagai Penghargaan Khusus Piala Citra untuk Anak-Anak film 3 Nafas Likas, Festival Film Indonesia 2014 dan Pemeran Anak Anak Terbaik film 3 Nafas Likas, Indonesia Movie Awards 2015. Sampai saat ini Tissa masih aktif bermain film dan acara TV lainnya salah satunya adalah film KKN di Desa Penari pada tahun 2022 yang sukses mencapai 9,2 juta penonton. Berkat kesuksesannya itu, hingga tahun 2022 Tissa Biani Azzahra telah memiliki 4,3 juta pengikut di sosial media Instagram.

Penelitian ini berfokus pada *Impression management* dari selebgram Tissa Biani Azzahra melalui sosial media Instagram, sehingga yang menjadi subjek utama pada penelitian ini adalah Tissa Biani Azzahra.

### **1.6.2 Teknik Penentuan Informan**

Sebuah penelitian perlu informan untuk menjadi sumber data yang akan mendukung penelitian tersebut. Informan merupakan subjek atau pelaku yang terlibat langsung pada fokus penelitian ini. Kriteria utama yang ditetapkan pada penentuan informan pada penelitian ini adalah :

1. Tissa Biani Azzahra sebagai pemilik akun Instagram dan orang yang akan menjadi objek penelitian.

2. Manajer atau tim manajemen Tissa Biani, sebagai orang yang bekerja secara langsung dengan Tissa.
3. Fans, sebagai orang yang sering mengamati Tissa Biani

Mengarah pada kriteria tersebut, maka akan menambah keragaman data dan informasi yang diperoleh dari informan yang berbeda latar belakangnya.

### **1.6.3 Paradigma Penelitian**

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik. Paradigma ini beranggapan bahwa kebenaran realitas sosial terlihat sebagai hasil konstruksi sosial, serta kebenarannya bersifat relatif. Hayuningrat (2010:29) paradigma konstruktivistik mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain dalam konstruktivis.

Alasan pendekatan ini dipilih karena nantinya dapat menjelaskan terkait penelitian tanpa harus bergantung pada sebuah angka, tapi menjelaskan menggunakan kata-kata yang bertujuan untuk memberikan pesan serta menjelaskan fenomena dan realita yang diteliti. Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan dan menggambarkan berkaitan dengan cara Tissa Biani Azzahra dalam melakukan pengelolaan kesan melalui akun instagramnya di media sosial Instagram dengan data berasal dari hasil observasi dan wawancara mendalam yang didapat dari informan.

#### 1.6.4 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif, pendekatan ini dipilih karena nantinya peneliti dapat menjelaskan sesuatu tanpa harus bergantung pada sebuah angka, tapi menjelaskan menggunakan kata-kata atau narasi yang bertujuan untuk memberikan pesan serta menjelaskan fenomena dan realita yang diteliti.

Menurut Mulyana (2003: 150) Metode kualitatif berarti penelitian kualitatif menghiraukan bukti berdasarkan prinsip angka, metode statistik atau logika matematis. Metode kualitatif memiliki tujuan untuk menganalisis kualitasnya juga mempertahankan isi perilaku manusia dan bentuknya.

#### 1.6.5 Metode Penelitian

Metode penelitian dibutuhkan untuk membuat penelitian lebih sistematis karena ada strategi didalamnya. Metode yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan dramaturgi sebagai gambaran realitas. Menurut Whitney dalam Nazir (2003) metode deskriptif kualitatif adalah pencarian fakta interpretasi yang tepat, mempelajari mengenai masalah, tata cara, hubungan kegiatan, sikap, pandangan, serta proses dari suatu fenomena.

Alasan penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif terkait pembahasan *impression management* citra Tissa Biani Azzahra dengan memaparkan analisis dari sosial media, observasi dan hasil wawancara dari subjek



penelitian berdasarkan data yang telah didapatkan hingga akhirnya dapat ditarik kesimpulan menjadi sebuah penelitian.

## **1.6.6 Jenis dan Sumber data**

### **1.6.6.1 Jenis data**

Pada penelitian ini menggunakan data kualitatif. Data yang disajikan berbentuk kata atau deskripsi dan tidak berbentuk angka, adapun yang dimaksud dengan data kualitatif pada penelitian ini adalah hasil dari observasi dan wawancara yang telah dikumpulkan tentang bagaimana *impression management* citra Tissa Biani Azzahra di media sosial instagram. Alasan menggunakan data kualitatif untuk menjelaskan bagaimana proses mengelola kesan yang dilakukan tissa melalui media sosial instagramnya.

### **1.6.6.2 Sumber data**

#### **a. Sumber data primer**

Sumber data primer merupakan data yang didapatkan dan dikumpulkan peneliti berasal dari sumber pertamanya, dan yang menjadi sumber data primer pada penelitian ini adalah Tissa Biani Azzahra dan dan manajer. Sumber data primer digunakan untuk mengetahui dan menjawab pertanyaan penelitian.

#### **b. Sumber data sekunder**

Sumber data sekunder yaitu data yang didapatkan peneliti sebagai tunjangan sumber pertama yang menjadi pendukung penelitian. Penelitian *impression management* yang dilakukan terhadap Tissa Biani Azzahra ini yang menjadi

sumber data sekunder adalah buku-buku, jurnal, artikel dan karya tulis ilmiah lainnya.

### **1.6.7 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah strategi penelitian ini dalam mengumpulkan data-data untuk mencapai atau mendapatkan hasil penelitian. Berikut beberapa Teknik yang digunakan :

#### **1. Wawancara Mendalam**

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui proses wawancara secara mendalam yang dilakukan terhadap informan penelitian dengan tujuan untuk menggali data dan informasi secara mendalam. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dilakukan dengan tanya jawab secara langsung dengan Tissa Biani Azzahra dan tim manajemen. Tujuan dilakukannya wawancara agar mendapatkan data-data yang diperlukan guna melengkapi data dalam penelitian dan dapat mengetahui secara jelas dan rinci mengenai data penelitian.

Wawancara mendalam dalam Ardianto (2010: 178) merupakan teknik pengumpulan data kepada informan dan responden (bagian *Public Relations*) yang mengetahui strategi pemulihan citra melalui pelayanan publik secara menyeluruh dan mendalam. Mengajukan pertanyaan kepada informan dan responden. Wawancara mendalam terhadap informan tidak tepaku pada draft pertanyaan, dapat dilakukan secara berulang-ulang hingga peneliti merasa cukup untuk mengumpulkan data yang betul-betul mendalam.

## 2. Observasi partisipasi pasif

Penelitian ini mengumpulkan data observasi secara langsung dengan mengamati apa yang ada dan terjadi pada sosial media instagram dan kegiatan belakang panggung Tissa Biani Azzahra. Terknik observasi dalam penelitian ini mengamati bagaimana penerapan *impression management* aktris Tissa Biani Azzahra. Observasi ini dilakukan secara berkala dalam kurun waktu kurang lebih selama satu bulan. Tujuan dilakukannya observasi guna mengamati dan memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Observasi dilakukan secara langsung, mengamati bagaimana keseharian Tissa pada saat ia mengelola impresinya ketika akan membuat konten atau live instagram.

## 3. Dokumentasi

Penelitian ini mengumpulkan data dokumentasi baik itu dari hasil observasi serta dengan cara mendapatkan berita dari berbagai sumber baik TV, radio, maupun internet. Sugiyono (2015:329) menjelaskan bahwa dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan guna mendapatkan data serta informasi berbentuk tulisan, dokumen atau arsip, buku, angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan pendukung penelitian.

Teknik dokumentasi ini akan digunakan dalam penelitian ini, sehingga dapat mengumpulkan data yang tercatat mengenai fakta-fakta fokus penelitian yang dinilai akurat dan bersifat kuat kedudukannya. Dokumentasi terkait penelitian ini bisa bersumber dari pemberitaan resmi media sosial @tissabiani.

### 1.6.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode dalam mengelola suatu data untuk dijadikan sebagai informasi dalam sebuah penelitian. Data yang didapat perlu dianalisis agar mudah dipahami. Analisis data menurut Sugiyono (2018:482) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Pada tahap teknik analisis data, penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif. Analisis data merupakan sebuah proses olah data yang telah didapatkan oleh beberapa sumber seperti buku, jurnal, wawancara, dan imforman. analisis data yaitu sebagai berikut :

#### 1. Pengolahan data

Tahap utama dalam pengolahan data yaitu mengumpulkan data dari wawancara mendalam, observasi melihat secara langsung proses impresi tissa di media sosial instagram dan kesehariannya, data dokumentasi diambil dari instagram kemudian data yang telah terkumpul kemudian perlu diolah kembali dan disesuaikan berdasarkan jenisnya. Pengolahan data ini memiliki tujuan agar data lebih sederhana, sehingga semua data yang telah terkumpul dan menyajikannya sudah tersusun dengan baik dan rapi kemudian baru dianalisis.

#### 2. Penganalisisan data

Setelah pengolahan data telah selesai, maka proses selanjutnya yaitu analisis data. Data yang telah didapatkan dipilih dan dilihat secara seksama berdasarkan karakteristik tissa pada saat didepan menampilkan kesannya dan pada saat dibelakang. Tujuan dari analisis data adalah untuk menyederhanakan dan juga memudahkan data untuk ditafsirkan.

### 3. Penafsiran hasil analisis

Kemudian setelah data sudah selesai dianalisis, kegiatan yang harus dilakukan selanjutnya yaitu menafsirkan hasil analisis data tersebut. Tujuan penafsiran analisis data ini adalah untuk menarik kesimpulan dari penelitian kualitatif yang telah dilakukan. Penarikan kesimpulan berdasarkan data yang dikemukakan bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

