

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan kehidupan manusia, dimulai dari perkembangan manusia tersendiri. Manusia yang ingin berubah maka kehidupan juga akan menuntunnya untuk melakukan suatu perubahan. Perubahan manusia dimulai dari kehidupan yang serba akan tradisional, menggunakan alat-alat sederhana, kemudian perkembangan manusia beralih ke kehidupan yang bergantung pada alat dan mesin. Hingga berakhir ke zaman efektif dengan keberadaan teknologi. Teknologi menjadi suatu hal yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia saat ini. Sehingga tidak heran jika teknologi menjadi kebutuhan yang primer, dikarenakan teknologi menjadi barang penting yang harus dimiliki agar senantiasa dapat mempermudah kehidupan manusia.

Teknologi mempermudah di berbagai bidang kehidupan manusia. Seperti halnya dalam bidang berkomunikasi, teknologi dalam bidang komunikasi terus mengalami perkembangan yang sangat pesat setiap waktunya. Seiring perkembangannya teknologi dalam bidang komunikasi semakin juga banyak peminatnya, dikarenakan setiap waktunya terus memberikan akses yang semakin mudah dalam berkomunikasi. Teknologi dalam bidang berkomunikasi sangat bervariasi alat yang digunakan untuk mempermudah manusia. Manusia memanfaatkan alat komunikasi seperti Laptop, Komputer, Televisi, *smatphone*, dan lain-lainnya. Untuk menggunakan alat komunikasi tersebut, manusia menciptakan jaringan akses internet sebagai pendukung

dalam menyebarluaskan akses ke seluruh penjuru. Agar pemanfaatan jaringan internet dapat digunakan oleh semua umat manusia. Alat komunikasi yang bekerjasama dengan jaringan internet, salah satunya adalah *smartphone*. *Smartphone* berisikan berbagai macam teknologi yang mumpuni. *Smartphone* dapat menggunakan kamera yang atraktif, yang berfungsi untuk menyimpan foto maupun video. Kemudian kemajuan *smathphone* dapat menjangkau dunia yang lebih luas menggunakan *google* sebagai aplikasi yang mendukung dalam kemajuan pengetahuan di zaman era digital. Selain itu, berbagai aplikasi lainnya dapat membantu manusia dalam mempermudah komunikasi, pekerjaan secara efektif dan efisien.

Untuk mendukung komunikasi, *smartphone* menghadirkan aplikasi media sosial sebagai media *online* yang mudah diakses oleh setiap pengguna yang berfungsi sebagai media yang berisikan tempat untuk berpartisipasi dan berinteraksi sosial dengan pengguna lainnya menjadi satu – satunya contoh dari perkembangan teknologi itu sendiri.¹ Berawal media sosial hanya memiliki satu akses yaitu mengirimkan sebuah pesan singkat, kini media sosial hadir memiliki banyak akses terutama akses yang sering kali digunakan adalah mengirim gambar. Kegiatan mengirim gambar yang dilakukan di media sosial ini tidak hanya sekedar mengirim gambar biasa, akan tetapi mengambil gambar potret diri.

¹ Tongkotow, dkk, 2022, “Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara “, Jurnal Ilmiah Society: Minahasa Tenggara, Jurnal Vol 2 No. 1, hal 2.

Dahulu foto, awalnya hanya diabadikan melalui album foto. Namun, saat ini perkembangan dunia foto berangsur mengikuti perkembangan zaman berteknologi menggunakan kamera *smartphone*. Dan pengabadian momen foto menggunakan aplikasi media sosial. Selain mengabadikan momen, pengguna juga dapat bergaya narsistik, dan memberikan kabar lewat gambar. Hal tersebut, pernah membuat suatu fenomena pada kemunculan awal *selfie*. Fenomena ini berawal dari akibat adanya suatu perubahan gaya hidup masa terdahulu dengan masa kini. Perubahan gaya hidup kini lebih bersifat modern dengan keberadaan media sosial sebagai akses interaksi sosial ke berbagai tempat. Perubahan gaya hidup dapat dilihat dari pelaku *selfie* yang bermunculan di beberapa pengguna media sosial. Pelaku *selfie* seringkali menggunakan *outfit* kece sebagai aksesoris untuk menghidupkan foto *selfie*. Selain itu, perubahan gaya hidup melalui *selfie* dapat dilihat dari *trend* gaya *selfie* yang diikuti oleh pengguna media sosial. Hal ini dikarenakan pengguna media sosial kerap kali bersifat imitasi untuk melakukan sesuatu yang bersifat sama dan mudah diikuti.

Penyebabnya adalah Akses media sosial yang mudah untuk diakses oleh semua kalangan masyarakat. Terutama pada remaja. Remaja merupakan kalangan yang mudah sekali imitasi dan beradaptasi terhadap perubahan gaya hidup terutama pada foto *selfie*. Sehingga fenomena *selfie* banyak digandrungi oleh kalangan remaja. Ditambah, media sosial yang membantu dan mempermudah remaja untuk *mengedit* hasil jepretan foto *selfie*. Kemudian kini, *selfie* tidak hanya diakses sebagai pengabadian momen saja. Melainkan fenomena baru ini muncul sebagai ajang untuk menciptakan impresi (kesan) yang diinginkan oleh para pengguna media sosial lainnya terhadap dirinya. Sehingga bisa

dilihat saat ini, bahwa banyak orang berlomba – lomba untuk mengambil *selfie* terbaiknya agar senantiasa dapat menarik impresi pengguna lainnya (*Follower*).

Fenomena *selfie* banyak dijumpai di area kampus Universitas Negeri Jakarta, terutama pada kalangan mahasiswi Universitas Negeri Jakarta. Fenomena ini dapat dilihat bahwa banyak mahasiswa-mahasiswi Universitas Negeri Jakarta melakukan sesi pengambilan foto *selfie* terbaiknya di beberapa lokasi Universitas Negeri Jakarta. Lokasi pemotretan foto *selfie* di lokasi Universitas Negeri Jakarta diantaranya Gedung Dewi Sartika, Gedung R.A. Kartini, Tugu Universitas Negeri Jakarta, Gedung PGSD, bukit teletabis dan gedung lainnya yang sering dijadikan lokasi pemotretan foto *selfie* oleh kalangan mahasiswa-mahasiswi Universitas Negeri Jakarta. Hal ini dikarenakan karena potret *selfie* saat di lokasi Universitas Negeri Jakarta menjadi salah satu yang sering kali ditemukan di media sosial karena dapat menciptakan impresi yang diinginkan bahwa orang tersebut merupakan orang yang sedang aktif di bangku perkuliahan.

Fenomena *selfie* di kalangan mahasiswa-mahasiswi Universitas Negeri Jakarta kerap kali muncul di media sosial *instagram*. Media sosial *instagram* merupakan aplikasi khusus untuk mengunggah foto dan video sekaligus berbagi foto dan tersebut ke sesama pengguna *Instagram* baik *follower* yang berisikan teman, sodara, dan keluarga maupun ke pengguna yang buka merupakan *follower*. Aplikasi *Instagram* terdapat di *smartphone* berbasis *IOS* dan *Android*.² Media sosial yang banyak mencuri perhatian bagi kalangan mahasiswi, dimana *instagram* merupakan media sosial yang dapat mengakses jejaring informasi mengenai seputar kampus, organisasi, pertemanan, dan juga informasi mengenai *trend*

² Antasari & Dwi, (2022), “Pemanfaatan Fitur *Instagram* Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan di Kota Palu, Kinesik: Palu, Vol 9 No.2, hlm. 178

yang berkaitan dengan foto *selfie*. *Trend selfie* ini merupakan gaya *selfie* yang banyak dilakukan oleh mahasiswa-mahasiswi saat melakukan sesi foto di lokasi Universitas Negeri Jakarta.

Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta kerap dijumpai mengunggah foto *selfie* di *instagram* dengan menggunakan tren foto *selfie*. Terdapat impresi yang ingin ditunjukkan oleh mahasiswi dalam melakukan unggah foto *selfie* di *instagram*. Berbagai *follower* dari mahasiswi akan memperlihatkan *feedback* berupa *like* dan komentar yang menunjukkan bahwa *follower* menerima dan ikut berpartisipasi suatu pertunjukkan yang dilakukan oleh mahasiswi melalui foto *selfienya* di *instagram*. Hal ini sejalan dengan teori goffman mengenai manajemen impresi dan dramaturgi. Dimana goffman berasumsi bahwa seorang aktor (mahasiswi) ingin menunjukkan suatu impresi agar dapat diterima oleh *follower*. Penampilan seorang aktor disesuaikan dengan audiensi. Hal ini yang menjadi teknik mempertahankan kesan dalam suatu manajemen pengaruh.³

Berdasarkan pemaparan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti “Fenomena Manajemen Impresi Melalui Selfie di Instagram” (Studi Kasus: 5 mahasiswi Universitas Negeri Jakarta pengguna Instagram). Peneliti memilih lima mahasiswi sebagai subjek peneliti, karena lima mahasiswi termasuk ke dalam seseorang penyuka *selfie* dan sering melakukan *selfie* di lingkungan kampus Universitas Negeri Jakarta. Kelima Mahasiswi sering melakukan selfie dengan mengikuti tren tertentu, dan memiliki impresi yang ingin ditampilkan melalui foto *selfie* pada akun *Instagram*. Selain itu, peneliti tertarik untuk melihat manajemen impresi dari segi *back stage* (panggung belakang) dan *front stage* (panggung belakang). Oleh karena itu, peneliti

³ Ritzer, George, *Teori Sosiologi Modern*,(Jakarta: Prenadamedia Goroup, 2014)hlm 285-

tertarik untuk mengangkat judul penelitian “**Fenomena Manajemen Impresi Melalui *Selfie* di *Instagram*” (studi kasus: 5 mahasiswi Universitas Negeri Jakarta pengguna *Instagram*)”**

1.2 Permasalahan Penelitian

Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta merupakan mahasiswi yang sering melakukan *selfie* di lokasi Universitas Negeri Jakarta. Fenomena *selfie* kerap terjadi di lokasi Universitas Negeri Jakarta yang menjadi fokus kajian ini adalah mahasiswi Universitas Negeri Jakarta yang kerap terlihat melakukan *selfie* di beberapa titik lokasi di Universitas Negeri Jakarta. Lokasi Universitas Negeri Jakarta yang kerap dijadikan sebagai tempat melakukan *selfie* diantaranya gedung Dewi Sartika, gedung R.A Kartini, tugu Universitas Negeri Jakarta, Bukit Teletabis, gedung PGSD, dan tempat lainnya. Fenomena ini disebabkan adanya suatu bentuk imitasi dan adaptasi akibat adanya perkembangan suatu tren *selfie* di media sosial. Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta turut berlomba-lomba mengikuti tren yang sedang banyak dilakukan di media sosial. Khususnya media sosial *Instagram*.

Media sosial *Instagram* yang merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh mahasiswi sebagai tempat berorganisasi di kampus, pertemanan di kampus, kemudian mengunggah foto *selfie* yang telah dilakukan di lokasi Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, media *Instagram* seringkali memunculkan banyaknya tren gaya *selfie* yang sedang viral. Sehingga mahasiswi juga ikut

turut berpartisipasi dan mengikuti yang ada di media *Instagram*. Selain itu, mahasiswi sering melakukan *selfie* karena ingin menunjukkan impresi kepada pengguna media *Instagram* lainnya (*follower*) bahwa impresi yang ditunjukkan bahwa mereka merupakan salah satu mahasiswi aktif di kampus Universitas Negeri Jakarta.

Selfie erat kaitannya dengan teori Erving Goffman dalam bukunya *The Presentation of Everyday Life* (1959), menyatakan bahwa dramaturgi merupakan teori mendasar tentang bagaimana individu menampilkan dirinya dalam dunia sosial. Goffman berfokus pada interaksi tatap muka atau kehadiran bersama. Individu dapat mempresentasikan "presentasi" apa pun kepada orang lain, tetapi kesan yang didapat orang dari presentasi tersebut dapat bervariasi. Seseorang bisa sangat yakin dengan presentasi yang diperlihatkan kepadanya, tetapi bisa juga bertindak sebaliknya (Ainal, 2015:101).⁴

Dalam teori ini erat kaitannya dengan manajemen impresi Dimana secara harfiah adalah fenomena ketika aktor dalam *berselfie* menunjukkan dua hal yang mempengaruhinya dalam suatu penampilan. Dimana dua hal ini adalah *back stage* dan *front stage*. *Back stage* dapat diartikan bahwa aktor menyembunyikan sesuatu dibalik panggung. Sedangkan *front stage* yaitu aktor memperlihatkan dirinya di panggung ke hadapan audiensi Dalam penampilan panggung, peneliti menggambarkan suatu panggung dalam sebuah kegiatan *selfie*. Dimana sebelum *selfie* (*back stage*), aktor ingin melakukan perhatian baik pada wajah dan *outfit*. Sedangkan *front stage*, aktor

⁴ Fitri, Ainal, Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto di Media Sosial Twitter Menjelang Pemilihan Presiden 2014, *Jurnal Interaksi*, Vol.4No.1, 2015, hlm.101.

ingin menampilkan dirinya bergaya dan melakukan *selfie* di tempat yang *aesthetic*. Selain itu, manajemen impresi menunjukkan bentuk kesan yang ingin ditampilkan aktor di panggung pertunjukkan (*instagram*).

Dalam *selfie* yang disajikan kepada publik di *Instagram*. Khususnya mahasiswi Universitas Negeri Jakarta. Bagi mahasiswi Universitas Negeri Jakarta ini, Sebagian besar yang mereka lakukan adalah menunjukkan diri dan apa yang mereka lakukan, mereka tunjukkan di *Instagram*, baik melakukan kegiatan bersama sesama mahasiswi atau melakukan kegiatan positif sendirian untuk mengisi kekosongan diri sendiri untuk menutup, mengambil. *selfie*, atau coba *fitur Instagram*. Selain itu, banyak presentasi mahasiswi yang berdampak pada orang lain yang melihatnya. Goffman menjelaskan bahwa seseorang memperlihatkan dirinya kepada banyak orang, namun setiap orang yang melihatnya bisa mendapatkan kesan yang berbeda melalui penampilan dan pertunjukkan di *Instagram*.

Instagram merupakan tempat aktor menampilkan dirinya ke hadapan audiensi. *Instagram* merupakan salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan oleh kaum mahasiswi Universitas Negeri Jakarta. Dimana mahasiswi sering memperlihatkan foto *selfienya* di *instagram* baik menggunakan *instastory* ataupun *diupload* di *instagram* si penggunanya. *Instagram* merupakan aplikasi penting yang banyak dipergunakan oleh mahasiswi. Dimana munculnya *fitur* baru akan menambah daya tarik minat mahasiswi untuk memanfaatkannya. Ada *fitur* yang bisa digunakan oleh para milenial untuk mengedit foto *selfie* mereka untuk mempercantik foto *selfie* mereka.⁵ *Fitur* ini juga meliputi warna yang dihasilkan, seperti agak gelap, terang, berwarna terang. Karena

⁵Sumber: Hasil wawancara, 16 Desember 2022.

itulah mahasiswi yang penyuka *selfie* sering menggunakan *Instagram* untuk mengedit foto *selfie* mereka.

Berdasarkan permasalahan diatas penelitian ini akan menjawab pertanyaan penelitian antara lain :

- A. Bagaimana Fenomena Manajemen Impresi Melalui *Selfie* di *Instagram* pada 5 Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Pengguna *Instagram*?
- B. Bagaimana Dampak Manajemen Impresi Melalui *Selfie* di *Instagram* pada 5 Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Pengguna *Instagram*?
- C. Bagaimana Keterkaitan Teori Dramaturgi Goffman dengan Fenomena Manajemen Impresi Melalui *Selfie* di *Instagram* pada 5 Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Pengguna *Instagram*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan Fenomena Manajemen Impresi Melalui *Selfie* di *Instagram* (Studi Kasus: 5 Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Pengguna *Instagram*)
2. Untuk mendeskripsikan Dampak Manajemen Impresi Melalui *Selfie* di *Instagram* (Studi Kasus: 5 Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Pengguna *Instagram*)
3. Untuk Mendeskripsikan Keterkaitan Teori Dramaturgi Goffman dengan Fenomena Manajemen Impresi Melalui *Selfie* di *Instagram* (Studi Kasus: 5 Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta Pengguna *Instagram*)

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat gambaran terkait fenomena serta mampu dijadikan referensi, informasi, ilmu pengetahuan bagi mahasiswa lainnya pada fokus kajian di bidang sosiologi komunikasi yang berkaitan dengan fenomena manajemen impresi melalui *selfie* di *Instagram*. Serta penelitian ini diharapkan menjadi kepastakaan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, khususnya Program Studi Pendidikan Sosiologi

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Perkembangan zaman berkembang dari tradisi ke zaman modern, diikuti dengan teknologi yang semakin maju, yang terus mengalami perubahan pesat setiap tahunnya. Salah satunya adalah munculnya *smartphone*, alat komunikasi masa kini yang banyak digunakan untuk berbagai fungsi. Salah satu fungsinya adalah untuk berfoto *selfie* dengan kamera depan. Selain menggunakannya sebagai kesenangan *selfie*. *Smartphone* ini juga memiliki fitur media sosial yaitu *Instagram*. Dengan kombinasi *selfie* dan *Instagram*. Oleh karena itu, generasi milenial yang tech-savvy dapat menggabungkan *selfie* dan *Instagram* sebagai bahan untuk mengolah popularitas mereka. Perkembangan ini berkaitan dengan judul peneliti yaitu *Impression Management through Selfies on Instagram as a Cultural Trend of the Millennial Generation*. Pada bagian ini, peneliti memberikan gambaran tentang penelitian sebelumnya tentang manajemen kesan melalui *selfie Instagram*. Berikut adalah beberapa penelusuran literatur yang dilakukan oleh peneliti.

Peneliti Endah berurusan dengan media sosial yang digunakan sebagai alat komunikasi dalam pemilihan kepala daerah DKI Jakarta. Fenomena ini lebih spesifik pada masa PILKADA 2017 dimana terdapat tiga kandidat yaitu Agus-Sylvi, Ahok-Djarot dan Anies-Uno. Penelitian ini menggunakan teori representasi Erving Goffman (manajemen kesan). Kandidat potensial ini menggunakan akun *Twitter*, Facebook, dan Instagram untuk menyempurnakan strategi mereka agar publik mendukung mereka di ajang PILKADA 2017 bernama *Kampaye*. Dalam teori representasi diri, Goffman berpendapat bahwa ketika seseorang bertemu dengan orang lain, mereka memiliki motif yang berbeda untuk mengendalikan kesan yang dihasilkan. Tindakan adalah setiap kegiatan yang dilakukan individu pada waktu tertentu untuk membuat kesan yang berbeda pada orang lain. Seorang pemain (aktor) adalah orang yang telah dilatih secara khusus untuk membuat orang lain terkesan. Karakter adalah karakter yang ingin digambarkan oleh seorang aktor. Area depan mengacu pada tempat pertunjukan berlangsung. Bagian sebelumnya mencakup pengaturan dan front pribadi, termasuk penampilan dan perilaku.⁶ Gaya kampanye para kandidat ini mewakili teori ekspresi diri. Ketiga calon potensial tersebut menggunakan aplikasi *Twitter*, *Facebook*, dan *Instagram* serta menggunakan strategi manajemen impresi untuk menampilkan gambar, profil, dan pesan yang ingin dikirimkan agar terpilih dan mendapatkan suara masyarakat.

Peneliti Jennifer ini menjelaskan bahwa wanita menunjukkan rasa takut saat foto *selfie* diunggah ke media sosial. Mereka merasa kurang percaya diri dan kurang menarik saat melihat diri mereka di sebuah foto. Hal ini memunculkan beberapa teori

⁶ Murwani, Endah. 2018, *The Impression Management Strategy of the Candidates of Governor-Vice Governor of DKI Jakarta on Social Media*, Tangerang: Jurnal Komunikasi ISKI, Vol. 03 No. 2, Hlm 115.

yang berkaitan dengan teori potret diri. Ekspresi diri adalah tentang "menyesuaikan dan memodifikasi diri sendiri selama interaksi sosial untuk membuat kesan yang diinginkan penonton". Motivasi untuk hadir secara selektif juga terkait dengan manajemen kesan, di mana individu menampilkan diri dengan hati-hati untuk menciptakan kesan tertentu pada audiens. Hal ini menjadi daya tarik pengguna media sosial untuk menampilkan versi diri mereka yang paling menarik kepada orang lain untuk memberikan kesan yang baik.⁷

Cara paling umum pengguna menampilkan diri di jejaring sosial adalah dengan memotre dan memposting "*selfie*" (foto yang diambil sendiri). Pengguna cenderung mengambil *selfie* dari sudut yang menarik dan menggunakan cahaya terang. Mereka juga dapat mengedit foto mereka untuk membuat bagian tubuh terlihat lebih kurus menggunakan koreksi warna, perbaikan kulit, dan bahkan belanja foto. Dengan cara ini, pengguna media sosial dapat mengontrol kesan yang mereka buat pada orang lain dengan hanya menampilkan gambar diri mereka yang paling menarik dan meminimalkan kekurangan atau ketidaksempurnaan.⁸ Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *selfie* ini memiliki arti penting untuk menunjukkan kesan terbaik serta menampilkan kecantikan bagi wanita. Posisi kamera dan sudut kamera untuk menampilkan wajah terbaik berpengaruh besar pada hasil *selfie*.

Peneliti Anna melibatkan *selfie* itu sendiri, termasuk peneliti yang ingin mengetahui pemilik *selfie* dan melihat perspektif perilaku mereka. Studi ini juga memperkenalkan teori ekspresi diri Goffman. Dimana kali ini peneliti membahas sudut

⁷ Mills, Jennifer S dkk, 2018, "*Selfie*" harm: Effects on mood and body image in young women, Body Image, Hlm 87

⁸ Ibid, Hlm 87

depan dan belakang panggung saat penampil *selfie* tampil dan bersiap. *Fronting* dianggap sebagai upaya seseorang untuk mempersiapkan sebelum melakukan *selfie*, sedangkan *foregrounding* adalah tindakan yang dilakukan oleh orang yang melakukan *selfie* untuk mempresentasikan atau mempresentasikan perspektif orang tersebut kepada orang lain. Studi etnografi terbaru, serta studi kualitatif dan kuantitatif, mengungkapkan berbagai alasan untuk melakukan *selfie*, seperti berbagai ekspresi mendukung inisiatif amal dan bahkan berbagi emosi dengan mengambil dan berbagi *selfie* di pemakaman⁹

Riset Rika terkait *selfie* remaja, ada makna tersiratnya. Mereka menunjukkan bahwa mereka bahagia dengan berfoto *selfie*, meski itu berarti para remaja ini merasa kesepian dan bosan. Itulah sebabnya para remaja berswafoto untuk mengatasi kebosanan dan kesepiannya. Hal ini terkait dengan teori dramaturgi Goffman. Goffman menyadari bahwa ada perbedaan besar dalam berakting ketika para aktor berada di atas panggung ("*prestage*") dan di belakang panggung ("*backstage*") drama kehidupan. Prasyarat untuk berakting di panggung depan adalah ada penonton (yang bisa melihat kita) dan kita ada di dalam pertunjukan. Kemudian kami berusaha memainkan peran sebaik mungkin, agar penonton mengerti tujuan dari tingkah laku kami. Perilaku kita dibatasi oleh konsep drama, yang tujuannya adalah untuk membuat drama.¹⁰ Teori dramaturgi Goffman menjelaskan bahwa identitas manusia tidak stabil dan masing-masing identitas ini merupakan bagian independen dari psikologi. Identitas seseorang dapat berubah berdasarkan interaksi dengan orang lain. Dalam dramaturgi, interaksi sosial dimaknai sama seperti pertunjukan teater. Orang adalah aktor yang mencoba

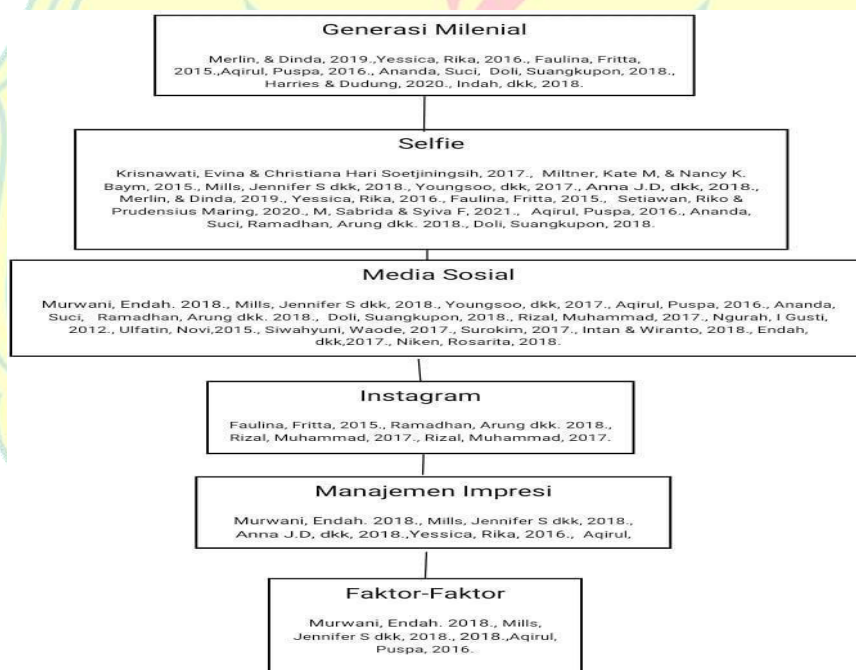
⁹ Jessica dkk, 2018, *Show your best self(ie): An exploratory study on selfie-related motivations and behavior in emerging adulthood*, hlm 1394.

¹⁰ Yessica, Rika, Fenomena Self Potrait di Kalangan Remaja Studi Presentasi Diri dan Self Acceptance Remaja Putri di Jakarta, *Jurnal Visi Komunikasi*, 2016, hlm.129

menghubungkan karakteristik dan tujuan pribadi dengan orang lain melalui "pertunjukan dramatis diri sendiri"¹¹.

Penelitian Puspa mencakup fenomena mahasiswa yang mengunggah foto *selfie* ke *Facebook*. Penelitian ini menggunakan teori Goffman untuk melihat kesan apa yang ingin dibuat oleh para siswa tersebut dengan aplikasi *Facebook*. Goffman menjelaskan tentang kontrol impresi, yang dijelaskan dengan teori dramaturgi dimana individu, ketika menggunakan media, berperan sebagai performer dalam pertunjukan teatral. Goffman percaya bahwa salah satu landasan interaksi sosial adalah komitmen timbal balik antar individu yang terlibat dalam suatu peran yang akan dimainkan.¹²

Skema 1.1 Peta Penelitian Sejenis



(Sumber: Hasil Analisis Peneliti, 2023)

¹¹ *Ibid*, hlm 130

¹² Aqirul, Puspa, Manajemen Kesan Melalui Foto Selfie Dalam Facebook: Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMS, *Komuniti*, 2016, hlm 48

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Teori Manajemen Impresi

Manajemen Impresi merupakan dua kata yang memiliki artian berbeda dan saling berkesinambungan. Berdasarkan KBBI Manajemen dapat didefinisikan sebagai penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran. Manajemen merupakan suatu pengolahan atau pengaturan bagi suatu individu yang menjabat sebagai pemimpin memberikan pola struktur dan pemberian pengaruran sesuai dengan tugas tugas yang harus dikelola bagi setiap bawahan. Manajemen ini lebih tepatnya adalah cara mengatur, cara merekonstruksikan sebuah tugas agar mencapai suatu tujuan. Sedangkan impresi berdasarkan KBBI adalah Kesan. Jadi secara singkatnya adalah manajemen impresi merupakan tata cara pengolahan suatu kesan yang diberikan individu untuk dapat dinilai, ditanggapi, dikomentari, dilihat oleh pihak lain kondisi individu sebenarnya.

Manajemen impresi (*impression Management*) disebut juga dengan Manajemen kesan. Manajemen impresi atau manajemen kesan dapat didefinisikan sebagai cara yang dilakukan individu untuk menunjukkan atau menampilkan jati diri individu kepada khalayak banyak. Jati diri yang ditampilkan individu akan memberikan kesan baik maupun buruk bagi si penonton (khalayak) yang melihatnya. Individu menunjukkan jati dirinya pada khalayak banyak, ketika individu bersosialisasi pada orang lain. Ketika bersosialisasi ini tentunya individu akan mengenal lingkungan maupun orang lain yang dikenal. Namun untuk konsep manajemen impresi pada penelitian ini lebih kepada penerapan Manajemen impresi melalui media sosial *Instagram* yang banyak digemari sejuta umat. *Instagram* akan

menyimpan kontak yang diikuti oleh individu. Kontak yang disimpannya akan mengikuti lebih lanjut kontak individu. Ada hubungan timbal balik yang diterapkan.

Manajemen impresi ini berkaitan dengan teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Goffman. Pada teori ini Goffman melihat bahwa ada perbedaan akting yang besar saat aktor berada di atas panggung (“*front stage*”) dan di belakang panggung (“*back stage*”) drama kehidupan. Kondisi *front stage* melihat pertunjukkan dan penampilan aktor di atas panggung. Sebagai contoh adalah mahasiswi memperlihatkan gaya dan pose di kamera. Saat itu mahasiswi mendalami perannya dalam menampilkan dirinya ke hadapan kamera ¹³ .. Goffman menutup bahasan *Presentation of Self in Everyday Life* dengan pemikiran tambahan mengenai seni mengelola kesan. Mengelola kesan memperhatikan dalam suatu perilaku yang tidak diharapkan, gerak-isyarat, gangguan-gangguan kecil, dan kesalahan dalam pembuka topik pembicaraan. Goffman tertarik dengan metode yaitu Pertama, ada sekumpulan metode untuk melakukan suatu dramaturgis. Kedua, Goffman menunjukkan berbagai bentuk dramaturgis. Ketiga, Goffman memperlihatkan berbagai tipe kehati-hatian dramaturgis. Audiensi menjadi hal yang dapat berpengaruh pada diri seorang aktor dalam mengelola kesan. Penonton atau audiensi sering memberikan timbal balik dalam membantu pertunjukkan melalui perhatian atau komentar terhadap pertunjukan.

Dalam tinjauan ringkasnya tentang *Presentation of Self in Everuday Life*, *Manning* tak hanya menunjukkan peran sentral diri, tetapi juga pandangan sinis

¹³Yessica, Rika, Fenomena *Self Potrait* di Kalangan Remaja Studi Presentasi Diri dan *Self Accaptance* Remaja Putri di Jakarta, *Jurnal Visi Komunikasi*, 2016 l, hlm. 129.

Goffman terhadap individu dalam karyanya ini: Pandangan umum *Presentation of Self in Everyday Life* adalah pandangan dalam mempresentasikan kehidupan si aktor untuk menampilkan tujuan mereka dengan tak memperdulikan kepentingan-kepentingan orang lain. Disini individu dipandang sebagai sekumpulan pertunjukan bertopeng yang menyembunyikan diri yang sinis dan manipulatif.¹⁴ Manning mengemukakan “tesis dua diri” untuk melukiskan aspek berpikir Goffman ini; yakni, individu (aktor) mempunyai diri yang dipertontonkan maupun diri sinis yang tersembunyi.

1.6.2 Dramaturgi Goffman

Goffman menjelaskan bahwa teori dramaturgi ini turunan dari teori interaksionisme simbolik yang berkaitan dengan diri. Dimana menurut Goffman, diri bukan bagian dari aktor. Diri berasal dari hasil interaksi dramatis antara seorang aktor dan audiensi, diri merupakan dampak akibat dramatis yang muncul. Oleh karena itu, diri adalah hasil yang diperoleh dari interaksi dan dapat menimbulkan kinerja seseorang terganggu.

Dramaturgi menghasilkan segala kemungkinan penampilan interaksi yang berhasil. Hasil dari dramaturgi ini dapat membuat diri menjadi akrab dengan audience dan penampilannya yang berasal dari pelaku (diri). Goffman menjelaskan bahwa selama interaksi, aktor ingin mengungkapkan perasaan dirinya yang dapat diterima oleh orang lain. Selama pertunjukkan aktor menyesuaikan dirinya dengan situasi audience untuk mencegah rasa kegelisahannya. Hal inilah yang dinamakan Manajemen pengaruh. Manajemen Pengaruh merupakan cara yang dilakukan aktor

¹⁴ Ritzer, George, *Teori Sosiologi Modern*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, hlm. 285-286

dalam mempertahankan kesan dalam menghadapi masalah yang akan dihadapi dan cara dalam mengatasi masalah tersebut.

Goffman membahas mengenai panggung depan. Dimana panggung depan merupakan salah satu hal yang termasuk dalam pertunjukan. Di panggung depan, Goffman membagi dalam kehidupan diam dan front pribadi. Kehidupan diam seorang aktor diantaranya adalah suatu *setting*. *Setting* merupakan tempat aktor dalam menampilkan perannya. Misalnya, pelaku *selfie* memotret dirinya menggunakan *background* lingkungan kampus. *Front* pribadi terdiri dari bagian dari aktor sendiri sebagai bentuk mengespresikan diri aktor menggunakan alat-alat untuk dapat dilihat penonton. Misalnya, pengguna *selfie* diharapkan mengenakan *outfit* yang *stylish* sebagai mahasiswi.

Goffman juga menjelaskan bagian depan (*front personal*) menjadi aspek dan gaya. Penampilan mencakup berbagai objek yang mengidentifikasikan kita dengan status sosial aktor (misalnya mahasiswi menggunakan jas mahasiswi). Gaya menunjukkan kepada penonton tren pose yang dimainkan aktor dalam situasi tertentu (misalnya kekuatan fisik, perilaku). Goffman juga menjelaskan mengenai *back stage*. Dimana *back stage* ini merupakan sesuatu yang disembunyikan dalam tindakan mereka.

Pertama, aktor menyembunyikan kesenangan rahasia dibalik panggung (misalnya minum alkohol) dan yang tidak sesuai dengan penampilan mereka. Kedua, aktor ingin menyembunyikan kesalahan yang dibalik sebelum pertunjukkan. Misalnya, *Make upnya* menor. Ketiga, aktor menunjukkan hasil akhirnya saja tanpa menunjukkan perjuangan yang ingin dia capai dalam melewati prosesnya. Misalnya,

mahasiswi selalu banyak melakukan *selfie* untuk mendapatkan hasil yang sempurna dan cantik. Keempat, aktor mungkin merasa perlu menyembunyikan produk akhir, karena akan mengecewakan penonton. Kelima, aktor dapat menambahkan norma lain ketika melakukan tindakan tertentu. Keenam, pelaku mungkin merasa perlu untuk menyembunyikan kejelekannya mengenai tingkah lakunya yang buruk. Aktor biasanya memiliki kepentingan untuk menyembunyikan semua fakta ini dari penontonnya.

Karakteristik lain dari dramaturgi panggung depan adalah para aktor menunjukkan kesan mereka agar dapat lebih mengenali penonton daripada yang sebenarnya. Misalnya, aktor memberikan kesan bahwa penampilan dirinya adalah yang terbaik. Untuk melakukan ini, para aktor harus dapat mengikuti perkembangan dan kemauan penontonnya. Contoh dari pengelolaan kesan adalah upaya aktor untuk menyampaikan gagasan bahwa ada sesuatu yang unik terbaru dari sebuah pertunjukan dan bahwa ada hubungan yang unik antara aktor dan penonton. Penonton juga ingin merasa mendapatkan penampilan yang unik.

Teknik lain yang digunakan oleh para aktor adalah *mystification*. *Mystification* dapat diartikan sebagai keadaan yang membingungkan. Aktor seringkali cenderung membingungkan penampilan mereka dengan membatasi hubungan antara mereka dan penonton. Goffman menegaskan kembali bahwa penonton terlibat dalam proses ini dan sering berusaha menjaga kredibilitas pementasan dengan menjaga jarak dari penampil.

Goffman juga berurusan dengan latar belakang di mana fakta dapat tetap tersembunyi di latar depan atau berbagai tindakan informal dapat terjadi. *Back stage*

biasanya terletak di sebelah *front stage*, namun terdapat jalan pintas di antara keduanya. Artis tidak sabar menunggu penonton muncul di belakang mereka. Untuk memastikan hal ini, mereka mempraktikkan berbagai jenis pengelolaan kesan. Pertunjukan bisa menjadi sulit ketika para aktor tidak mampu mencegah penonton pergi ke belakang panggung.

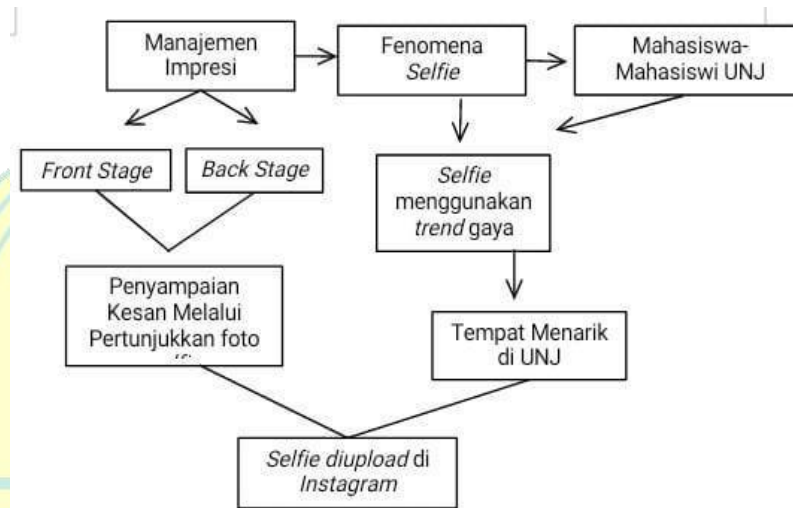
1.6.3 *Selfie*

Awal mula *selfie* diciptakan dan ditemukan pada tahun 1839 oleh Robert Cornelius, seorang warga negara Amerika yang berkulit fotografi.¹⁵ Pertama, tren *selfie* marak di Indonesia ketika muncul *smartphone Android* dengan kamera depan dan belakang serta berbagai fungsi edit foto. Sejak saat itu, tren *selfie* menjadi sangat populer di kalangan perempuan. Perempuan akrab dengan *selfie* dengan mengambil foto diri dengan kamera depan. Jika Anda ingin mengambil *selfie*, ketuk kamera depan. Ini langsung muncul di depan wajah pengguna *smartphone*, memungkinkan pengguna untuk segera menggunakannya. *Selfie* diambil dengan memfokuskan pada sudut kamera yang tampak sangat bagus yang disebut sudut. Selain itu, pengguna *selfie* memberikan perhatian khusus pada wajah, ekspresi, gaya, dan hal-hal yang terlihat sangat menarik untuk difoto. *Selfie* juga diambil pada saat-saat penting dan disimpan sebagai kenangan untuk diingat kembali oleh pengguna saat melihat kembali galeri sebelumnya. Suatu ketika saya mengetahui sisi tajam dari *selfie*. Pengertian *selfie* tentu saja dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *selfie* (dalam bahasa Inggris: *Selfie* adalah seseorang yang melakukan *selfie* dengan kamera

¹⁵Doli, Suangkupon, Penggunaan Media Sosial dan Persepsi Terhadap Foto Selfie (Studi Deskriptif Pada Remaja di Kota Padang Sidempuan), Tesis, Medan: Sumatera Utara, 2018, hlm 38.

atau webcam kemudian mengunggahnya ke media sosial.¹⁶ Jadi *selfie* ini menunjukkan bahwa berfoto *selfie* dengan kamera bisa membuat Anda membungkuk ke belakang, berpenampilan menarik, dan meningkatkan rasa percaya diri saat berfoto sendirian.

SKEMA 1.2 HUBUNGAN ANTAR KONSEP



(Sumber : Hasil Analisis peneliti, 2023)

Studi ini menyimpulkan bahwa mahasiswi termasuk kaum perempuan yang memiliki kesenangan terhadap selfie dan mereka selalu sadar akan perkembangan teknologi dan dapat mengikuti perubahan di lingkungannya. Selain itu, *selfie* tren sering diunggah ke *Instagramnya*. Hal ini sesuai dengan teori manajemen kesan atau *impression management*, teori atau dramaturgi yang dikemukakan oleh Goffman, dimana dramaturgi ini mensyaratkan apapun yang terjadi, baik di atas

¹⁶ Merlin, & Dinda, Pengaruh Motif Selfie Terhadap Keterbukaan Diri Generasi Milenial, *MediaThor*, 2019, hlm.203

panggung maupun di luar panggung, seseorang ingin tampil. untuk tujuan tertentu. Namun, penampilannya di depan panggung memiliki arti yang berbeda dengan di belakang layar. Hal ini sejalan dengan cara mahasiswi berswafoto secara publik di *Instagram* (frontstage) dan membedakan dirinya dengan diri aslinya (*backstage*).

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Metode dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini ingin menjelaskan secara kualitatif suatu fenomena, peristiwa, fakta atau fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Dalam pendekatan kualitatif, peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Ini digunakan untuk menghubungkan fenomena dengan teori dan proses analisis data. Selain itu, peneliti menggunakan kajian literatur berupa jurnal nasional, jurnal internasional, buku dan tesis yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Kasus yang diangkat dalam penelitian ini adalah kaum mahasiswi menyukai *selfie*. Subyek penelitian ini adalah lima mahasiswi yang tergolong menyukai terhadap *selfie*

1.7.2 Subyek dan Lokasi Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Negeri Jakarta. Jadi, peneliti mengambil subjek penelitian yang merupakan mahasiswi. Untuk mempermudah pencarian suatu subjek penelitian, subjek penelitian ini ditemukan dalam lingkup Universitas Negeri Jakarta. Subjek penelitian ini adalah mahasiswi

Universitas Negeri Jakarta pengguna *Instagram* dengan jumlah subjek pada penelitian ini sebanyak 5 orang. Subyek pada penelitian ini merupakan informan penting yang memiliki informasi yang berkaitan seputar *selfie*. Beberapa informan terpilih terdiri dari satu orang berasal dari pendidikan sejarah, tiga orang berasal dari pendidikan sosiologi, dan satu orang berasal dari pendidikan guru sekolah dasar. Alasan peneliti memilih lima informan adalah informan penggemar *selfie*, informan sering melakukan *selfie* di beberapa titik lokasi Universitas Negeri Jakarta, informan orang terdekat, dan sisanya secara *random*, mempermudah peneliti menggali segala informasi yang berkaitan dengan *selfie*, efektivitas waktu dalam mengolah data informasi yang telah didapatkan dari hasil wawancara, serta lima informan ini mengetahui segala keunikan, tren *selfie*, dan semua hal mengenai *selfie*. Ketiga informan memiliki ciri khas dan keunikan dalam *berselfie*, cara menguploadnya ke *Instagram*, maupun memiliki pengetahuan tersendiri mengenai *selfie* yang dilakukan. Selain itu, tren *berselfie* yang digunakan pun beragam sesuai kesukaan dan kebiasaan dalam *berselfie*. Peneliti memilih perempuan sebagai informan dikarenakan perempuan menyukai ketertarikan yang lebih tinggi akan dunia *selfie* dibandingkan dengan laki-laki. Perempuan menyukai *selfie* atas dasar tertarik, lebih menunjukkan kepercayaan dirinya, ingin tampil cantik, memukau, sebuah kenang-kenangan. Sedangkan laki-laki kurang meminati dunia *selfie* atas dasar bahwa laki-laki merasa *selfie* terlalu berlebihan dan alasan lainnya.

Tabel 1.1 informan Penelitian

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Prodi	Angkatan
1	AR	23	Perempuan	Pendidikan Sosiologi	2018
2	SNH	23	Perempuan	Pendidikan Guru Sekolah Dasar	2018
3	F	23	Perempuan	Pendidikan Sejarah	2018
4	RK	24	Perempuan	Pendidikan Sosiologi	2018
5	WL	22	Perempuan	Pendidikan Sosiologi	2019

(Sumber: Dokumentasi Peneliti 2022)

1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu penelitian sangat penting untuk digunakan peneliti mencari subjek penelitian sesuai dengan judul penelitian yang telah ditentukan. Penelitian yang berjudul Fenomena Manajemen Impresi melalui *Selfie* di *Instagram*. Fokus utama tempat pada penelitian ini adalah Universitas Negeri

Jakarta dan *Instagram*. Selain itu, sebagai penghubung antara informan dengan peneliti melalui *Whatsapp*. Pada Penelitian ini dilakukan secara daring (*online*) dan *offline*, mengingat fokus utama penelitian ini adalah berkaitan dengan Universitas Negeri Jakarta dan *Instagram*. Pada dasarnya, penelitian ini banyak menggunakan Universitas Negeri Jakarta sebagai lokasi fenomena, sekaligus media sosial *Instagram* sebagai bahan objek penelitian untuk diteliti. Penelitian ini dilakukan dengan waktu yang sangat fleksibel, dimana setiap wawancara yang dilakukan mengikuti keinginan informan yang sekiranya dilakukan pada masa luang agar tidak mengganggu jam sibuk informan. Alasan peneliti mengambil lokasi penelitian adalah Universitas Negeri Jakarta dikarenakan peneliti tertarik melihat banyaknya mahasiswi yang sering melakukan *selfie* di lokasi Universitas Negeri Jakarta menjadi suatu fenomena di lingkungan kampus. Selain itu, Universitas Negeri Jakarta mudah sekali dijangkau oleh peneliti karena lokasinya strategis dan sebagai mahasiswi Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti melakukan wawancara secara mendalam. Seorang tokoh bernama Singh mengungkapkan bahwa terdapat dua macam wawancara yaitu wawancara formal dan informal. Wawancara formal disebut juga wawancara terstruktur adalah sebuah prosedur sistematis untuk menggali informasi mengenai responden dengan kondisi dimana satu set pertanyaan ditanyakan dengan urutan yang telah disiapkan oleh pewawancara dan jawabannya direkam dalam bentuk yang terstandardisasi. Wawancara informal adalah sebuah wawancara dimana tidak dipersiapkan terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan, tidak ada persiapan urutan pertanyaan, dan pewawancara yang berkuasa penuh untuk menentukan

pertanyaan sesuai dengan poin-poin utama. Dikarenakan hampir segala sesuatunya tergantung pewawancara maka proses wawancara menjadi tidak terstruktur, dan karenanya wawancara semacam ini disebut juga wawancara tidak terstruktur.¹⁷

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan bahan penelitian dari berbagai sumber data. Sumber data yang ditemukan peneliti terbagi dalam dua kategori yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Menurut Bungin, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di tempat penelitian atau tempat penelitian. Data primer adalah data asli yang diperoleh langsung dari data lapangan oleh peneliti. Informasi sekunder menurut Bungin adalah informasi yang diperoleh dari sumber lain atau sekunder dari informasi yang dibutuhkan. Data sekunder adalah informasi yang peneliti peroleh melalui data tidak langsung atau rekaman seperti internet, buku dan lain-lain¹⁸

1.7.4.1 Observasi

Pengamatan atau observasi berarti memperhatikan dengan seksama. Dalam konteks penelitian, observasi dipahami sebagai cara mencatat perilaku secara sistematis dengan mengamati atau mengamati secara langsung perilaku individu atau kelompok yang diteliti. Margono

¹⁷ Nul, Lukman, Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap *Elit Review of Qualitative Method: Interview of the Elite*, Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Sekretariat Jenderal DPR RI: Aspirasi, Vol. 4 No. 2, 2013.

¹⁸Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), hlm 71.

memberikan definisi yang lebih umum, yaitu observasi adalah pengamatan dan pencatatan gejala secara sistematis. akan ditampilkan di tempat penelitian. ¹⁹Dalam observasi, peneliti terjun langsung ke lokasi dan mengamati perilaku dan aktivitas masyarakat di lokasi penelitian. Dalam observasi ini, peneliti melakukan observasi *offline* ke Universitas Negeri Jakarta dan mengamati dengan seksama Instagram lima informan yang terdiri dari tiga mahasiswi Pendidikan sosiologi, seorang mahasiswi pendidikan guru sekolah dasar, dan seorang mahasiswi pendidikan sejarah. Peneliti mengamati *Instagram* berupa foto, status *Instagram*, dan komentar pada foto. Pengamatan dilakukan melalui catatan/catatan kegiatan terstruktur dan semi terstruktur di lapangan penelitian (misalnya dengan mengajukan serangkaian pertanyaan yang benar-benar ingin diketahui oleh peneliti). Peneliti kualitatif juga dapat terlibat dalam berbagai peran dari non-partisipan hingga partisipan penuh. Secara umum, pengamatan ini bersifat terbuka, dengan peneliti mengajukan pertanyaan umum kepada peserta dan membiarkan peserta bebas mengungkapkan pendapatnya. ²⁰

1.7.4.2 Wawancara

Wawancara adalah teknik yang digunakan peneliti untuk menggali informasi sebanyak-banyaknya yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti dari informan melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan

¹⁹*Ibid*, hlm 80.

²⁰ Creswell. John W, *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif Kuantitatif dan Campuran*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Edisi Keempat, 2019), hlm 254.

peneliti untuk mencapai tujuan pengumpulan data. Wawancara selalu dilakukan secara tatap muka dan bertemu langsung dengan informan. Wawancara juga dilakukan melalui telepon atau dalam wawancara kelompok terarah (wawancara dalam kelompok tertentu) dengan enam sampai delapan peserta per kelompok. Tentu saja, wawancara semacam itu biasanya membutuhkan pertanyaan yang tidak terstruktur dan terbuka dengan tujuan untuk mengetahui pandangan dan pendapat para partisipan.²¹ Namun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan perantara sebagai tempat pertemuan antara pewawancara dan informan, melalui chat dan rekaman audio *WhatsApp*. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan lima mahasiswi. Namun, jumlah terbesar tentu saja ditunjukkan untuk mahasiswi. Berkat penelitian ini, sebagian besar mahasiswi mengetahui dan menyukai *selfie*.

1.7.4.3 Dokumentasi dan Studi Kepustakaan

Dokumentasi atau Studi Kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data sekunder berupa dokumentasi seperti jurnal, skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya. sedangkan data kepustakaan dapat berupa buku yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian ini mendokumentasikan foto-foto informan yang diambil melalui instagram maupun foto pribadi yang tidak dipublikasikan. Selain itu, peneliti juga

²¹*Ibid*, hlm 254.

mengambil status serta komentar yang diberikan terhadap foto-foto informan.

1.7.5 Peran Peneliti

Peran peneliti dalam penelitian ini yaitu pelaku yang melakukan penelitian sebagai seseorang yang mengetahui akar permasalahan, fakta dan realita sosial di Masyarakat peneliti pada penelitian kualitatif akan secara langsung terjun ke lapangan untuk observasi, mengamati dan mendokumentasikan segala aspek yang berkaitan dengan hal yang akan diteliti. Peneliti adalah seseorang yang bertugas melakukan pengumpulan data baik primer maupun sekunder. Pengumpulan data secara primer dilakukan secara langsung ke lapangan. Sementara data secara sekunder yaitu dilakukan dengan pengumpulan data yang ditemukan melalui buku, jurnal, e-book, dan lainnya. Pada penelitian yang berjudul Fenomena Manajemen Impresi melalui *Selfie* di *Instagram*, peneliti melakukan tindakan pengumpulan data baik primer maupun sekunder. Pada peneliti ini, peneliti melakukan secara daring (*online*), Sebelumnya peneliti telah menyiapkan pertanyaan secara terstruktur dan dibantu oleh teman-teman mahasiswi untuk membagikan sejumlah informasi terkait dengan penelitian ini. Setelah menemukan subjek penelitian, maka peneliti menjelaskan maksud dan tujuan diadakannya sesi wawancara tersebut.

1.7.6 Triangulasi Data

Triangulasi data dapat didefinisikan sebagai metode analisis data yang mensintesis informasi dari berbagai sumber. Pada dasarnya triangulasi merupakan model keabsahan data yang digunakan untuk mengetahui apakah data benar-

benar menggambarkan suatu fenomena yang terjadi dalam penelitian. Teknik triangulasi data adalah teknik yang dilakukan oleh peneliti yang menggunakan data/informasi yang berbeda sebagai pembanding untuk memecahkan masalah penelitian. Triangulasi berbagai sumber informasi dengan memeriksa bukti yang dikumpulkan dari sumber tersebut dan membangun argumen yang konsisten untuk masalah berdasarkan itu. Saat tema dibuat berdasarkan berbagai sumber data atau perspektif partisipan, proses ini dapat meningkatkan validitas penelitian.²² Validitas adalah salah satu kekuatan penelitian kualitatif dan didasarkan pada penentuan hasilnya benar dari sudut pandang peneliti, partisipan atau pembaca.²³ Dalam penelitian ini diwawancarai lima orang informan, satu orang dari pendidikan sejarah, tiga orang dari pendidikan sosiologi dan satu orang dari pendidikan guru sekolah dasar.

Untuk menyempurnakan informasi agar sesuai dengan hasil observasi dan wawancara, peneliti mengikutsertakan fenomena tersebut dengan menggunakan tokoh sosial ternama yang terkait dengan fenomena pengelolaan kesan melalui *selfie Instagram*. Tokoh pertama dalam sosiologi komunikasi terkait media sosial adalah Goffman. Goffman sebagai tokoh yang menghadirkan teori dan kesan yang berkaitan dengan pertunjukan teater, teori ini dikenal dengan teori dramaturgi. Tokoh lain dalam sosiologi komunikasi adalah Dosen Pendidikan Sosiologi Pak Rakhmat Hidayat, Ph.D. Bapak Rakhmat adalah dosen senior di bidang sosiologi pendidikan, sosiologi perkotaan dan sosiologi komunikasi.

²²*Ibid*, hlm 269.

²³ *Ibid*, Hlm 269.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini tersusun atas lima bab, adapun sisitematikanya sebagai berikut :

BAB I : Pada bab ini penulis menjabarkan latar belakang masalah, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan penelitian sejenis, kerangka konseptual, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : Pada bab ini penulis mendeskripsikan lokasi penelitian yaitu Universitas Negeri Jakarta, Profil Informan, perkembangan *selfie*, tren *selfie*, Latar Belakang Fenomena *Selfie*. Terakhir, Faktor yang mempengaruhi Perilaku *selfie*

BAB III : Pada bab ini penulis mendeskripsikan hasil temuan yaitu Manajemen impresi pada Mahasiswi, Bentuk Manajemen Impresi, Strategi Manajemen Impresi dan Dampak manajemen impresi.

BAB IV ; Pada bab ini penulis mendeskripsikan hasil temuan dengan menganalisis Manajemen Impresi dengan keterkaitan teori manajemen kesan oleh Erving Goffman, Refleksi manajemen impresi pada Bidang Pendidikan.

BAB V : Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan hasil dari penelitian yang berupa jawaban dari pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan .