

Impression Management di Instagram **(Studi Deskriptif Pada Akun @Michikofrizdew)**

Cerelya Mahaputri Minandra¹, Fatmawati Moekahar²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau

fatmawatikaffa@comm.uir.ac.id

Abstract

This research aims to find out the impression management carried out by Michiko Frizdew. Everyone, especially public figures, tries to do good impression management in order to present a positive impression in accordance with their goals. The front stage, namely the activities carried out by the object in her Instagram account, includes the posts she uploads and the back stage, namely the preparations made to support her appearance on the front stage. The methodology used in this research is descriptive study with the main data sources obtained from interviews and observations, while supporting data is obtained from documents and other supporting data. The theory used in this research is dramaturgy (Impression management), with a qualitative approach. Based on the results of the study, it can be seen that the impression management carried out by @Michikofrizdew in her front stage displays three impressions, namely as a communication trainer, TV presenter, and moderator. These three roles are built with full awareness and careful preparation so that the front stage requires back stage support. The back stage is quite well prepared with several influential parties, namely MF communications and family. MF is the main support system in managing impressions in front of the public.

Keywords: *Impression management Front stage; Back stage; Instagram*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan kesan yang dilakukan oleh Michiko Frizdew. Setiap orang, terutama public figure berusaha melakukan manajemen kesan yang baik demi menampilkan kesan positif sesuai dengan tujuannya. Panggung depan (*front stage*) yaitu aktivitas yang dilakukan objek di dalam akun Instagramnya meliputi postingan – postingan yang ia upload dan mengenai panggung belakang (*back stage*) yaitu persiapan yang dilakukan untuk menunjang penampilannya di panggung depan (*front stage*). Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah Studi deskriptif dengan sumber data utama yang diperoleh dari wawancara dan observasi, sedangkan data pendukung diperoleh dari dokumen–dokumen dan data pendukung lainnya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah dramaturgi (*Impression management*), dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Pengelolaan kesan yang dilakukan oleh @Michikofrizdew dalam panggung depannya menampilkan tiga kesan yaitu sebagai pelatih komunikasi, presenter TV, dan moderator. Ketiga peran ini dibangun dengan kesadaran penuh dan persiapan yang cukup matang sehingga panggung depannya memerlukan dukungan panggung belakang. Pada *back stage* dipersiapkan dengan cukup matang yang beberapa pihak berpengaruh yaitu MF *communications* dan juga keluarga. MF menjadi *support system* utama dalam pengelolaan kesan di depan public.

Kata Kunci: Manajemen Impresi; Sisi Depan; Sisi Belakang; Instagram

1. Pendahuluan

Impression management atau pengelolaan kesan adalah sebuah tindakan individu yang melakukan presentasi diri untuk mencapai kesan yang diharapkan. Presentasi diri untuk mencapai kesan yang diharapkan. Presentasi diri ini tidak hanya dilakukan individu tetapi juga dilakukan oleh banyak orang. Kehidupan yang dijalani oleh seseorang dengan menjalankan perannya setiap hari memiliki kesamaan dengan sebuah pementasan drama. *Impression management* berkaitan erat dengan permainan drama yang dibentuk berdasarkan lingkungan atau target penontonnya. Pada konteks ini bertujuan untuk memberikan kesan yang konsisten sesuai keinginan actor tersebut dalam penerapan *Impression management*.

Penerapan *impression management* ini digunakan untuk mendapatkan pujian atas penampilan, kesuksesan karir, dan juga respon balik. Berbicara mengenai *impression management*, tentu tidak terlepas dari kajian dramaturgi, karena pada dasarnya dramaturgi merupakan perluasan teori interaksi simbolik oleh Erving Goffman. Ia menyatakan bahwa kehidupan manusia pada saat melakukan interaksi sosial ibarat pertunjukkan diatas panggung, dimana ada actor yang memainkan peran-peran tertentu. Menurut Goffman dalam teori dramaturgi menganalogikan kehidupan sosial sebagai panggung pertunjukkan dibagi menjadi dua wilayah yaitu “wilayah depan” dan “wilayah belakang”. Wilayah depan yaitu individu yang menampilkan perannya di panggung depan yang layak ditonton khalayak. Sedangkan wilayah belakang merupakan tempat untuk mempersiapkan peran ke wilayah depan. Dalam hal ini, wilayah depan dapat diartikan sebagai peran yang ditampilkan sebaik mungkin di media sosial. Sedangkan wilayah belakang adalah berusaha menutupi berbagai perilaku yang tidak diharapkan dalam penampilannya, yaitu realitas diri yang sesungguhnya di luar dari media sosial.

Media sosial menciptakan fenomena dengan dampak yang ditimbulkan adalah proses penyebaran yang sangat cepat, melalui media sosial seseorang akan mencoba menampilkan diri dengan berbagai caranya sendiri agar terlihat memiliki ciri khas atau kesan tertentu pada dirinya hingga menjadi pengikutnya di media sosial khususnya Instagram. Dalam hal ini, media sosial menjadi media atau wadah bagi seseorang untuk mengekspresikan diri serta mengaktualisasi dirinya di media sosial [1]. Sebagai media aktualisasi diri, media sosial juga dapat berperan sebagai wadah membentuk citra diri atau pembentukan kesan yang sesuai dengan yang pengguna harapkan [2]. Media sosial memiliki ciri khasnya tersendiri dengan berbagai fitur misalnya media sosial Instagram. Instagram adalah aplikasi yang memberikan layanan berbagi foto atau video di jaringan internet secara instan. Sama seperti media sosial lainnya, Instagram memiliki fungsi untuk berinteraksi sosial antar pengguna yang dapat memberikan atau memuat berbagai informasi dengan perkembangan sosial. Instagram membebaskan penggunaannya memperlihatkan kepada pengikut akun Instagram. Berdasarkan hal tersebut. Instagram yang merupakan media sosial banyak digunakan sebagai pilihan yang tepat untuk menghantarkan proses pengelolaan kesan yang ingin menampilkan dirinya seseuai dengan yang ia harapkan. Dalam proses pengelolaan kesan ini para pengguna Instagram berusaha mengembangkan dan mendukung peran yang sesuai diinginkan pengguna. Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai tempat melakukan pengelolaan kesan banyak dilakukan oleh banyak orang, salah satunya adalah Michiko Jamilah Frizdew selaku presenter Kompas TV Riau sekaligus pelatih komunikasi yang juga pendiri *MF Communication* dan juga pembicara di berbagai kesempatan acara seminar komunikasi.

Hal ini tentunya dapat menjadi identitas dirinya. Jika dilihat dari beberapa postingannya, pemilik akun mewakili dirinya melalui dunia maya, pada akun @Michikofrizdew impression management yang dapat dilihat pada akun tersebut adalah seseorang yang memiliki kemampuan profesional mengenai bidang komunikasi. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Impression management* di Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Michikofrizdew)”

2. Kajian Pustaka

2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan sebuah tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang secara lisan maupun tidak langsung melalui media [3] Komunikasi juga dapat terjadi pada diri sendiri (intrapersonal) maupun dengan orang lain (interpersonal) yang semula manusia berkomunikasi menggunakan isyarat-isyarat dan symbol untuk mengirimkan pesan yang ada pada isi pikiran mereka masing-masing, kemudian seiring berjalannya waktu komunikasi sendiri telah berkembang menjadi suatu ilmu komunikasi yang banyak dicetuskan oleh para ahli

2.2 Komunikasi Verbal dan Non Verbal

Komunikasi verbal (*verbal communication*) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (*written*) atau lisan (*oral*). Komunikasi verbal menempati porsi besar, karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang non verbal. Komunikasi verbal dengan cara menulis (*written*) terjadi ketika komunikator menulis surat untuk komunikan, atau menulis status di akun media sosial mereka untuk khalayak. Sedangkan komunikasi verbal dengan cara lisan (*oral*) terjadi saat komunikan menerima telpon dari komunikator maka saat itulah mereka melakukan komunikasi verbal dengan cara lisan (*oral*).

Komunikasi verbal dengan cara menulis (*written*) terjadi ketika komunikator menulis surat untuk komunikan, atau menulis status di akun media sosial mereka untuk khalayak. Sedangkan komunikasi verbal dengan cara lisan (*oral*) terjadi saat komunikan menerima telpon dari komunikator maka saat itulah mereka melakukan komunikasi verbal dengan cara lisan (*oral*). Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk tanpa kata-kata. Dalam hidup nyata komunikasi nonverbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Nonverbal juga bisa diartikan sebagai tindakan-tindakan manusia yang secara sengaja dikirimkan dan diinterpretasikan seperti tujuannya dan memiliki potensi akan adanya umpan balik (*feedback*) dari penerimanya [4]. Melalui komunikasi nonverbal, komunikan dapat mengambil suatu kesimpulan mengenai berbagai macam perasaan orang, baik rasa senang, benci, cinta, dan berbagai macam perasaan lainnya. Kaitannya dengan dunia bisnis, komunikasi non verbal bisa membantu komunikator untuk lebih memperkuat pesan yang disampaikan sekaligus memahami reaksi komunikan saat menerima pesan.

2.3 Dramaturgi

Teori dramaturgi adalah teori yang menjelaskan bahwa interaksi sosial dimaknai sama dengan pertunjukan teater atau drama di atas panggung. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain, melalui pertunjukan dramanya sendiri. Untuk mencapai tujuan manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya [5]. Dramaturgi merupakan teori yang berpendapat bahwa drama memiliki kesamaan makna dengan interaksi sosial dalam kehidupan manusia. Teori ini dicetuskan oleh

Erving Goffman pada tahun 1959, yang termuat dalam karyanya berjudul “*Presentasion Of Self in Everyday Life*”. Apabila kita berbicara tentang pengelolaan kesan, tentu tidak terlepas dari kajian dramaturgi. Pendekatan dramaturgi lahir dari pengembangan teori interaksionisme simbolik.

Menurut Goffman menyatakan bahwa kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Panggung depan adalah apa yang ditampilkan saat ia berinteraksi dengan individu lainnya atau dalam kelompok di masyarakat atau identitas sosial. Sementara panggung belakang, merupakan tempat di mana individu menyembunyikan identitas personalnya. Panggung depan adalah bagian dari sandiwara yang secara umum berfungsi dengan cara-cara formal yang agak baku untuk mendefinisikan situasi bagi orang-orang yang mengamati sandiwara itu. Didalam panggung depan, Goffman membedakan lebih lanjut bagian depan (*setting front*) dan bagian pribadi (*personal*). Latar mengacu kepada tempat atau situasi (*scene*) fisik yang biasanya harus ada jika para actor hendak bersandiwara. Tanpa itu, biasanya actor tidak dapat melakukan sandiwara. Contohnya, seorang dokter ahli bedah pada umumnya memerlukan suatu ruang operasi, seorang supir taksi memerlukan taksi, dan guru membutuhkan sekolah. Sedangkan, bagian depan pribadi (*personal*) terdiri dari item-item perlengkapan ekspresif yang diidentifikasi oleh audience dengan para pemain sandiwara dan mengharapkan mereka membawa hal-hal itu ke dalam latar. Dapat dikatakan panggung belakang merupakan tempat actor dalam menyiapkan segala hal yang akan ditampilkan pada panggung depan. Panggung belakang juga merupakan suatu sisi yang disembunyikan oleh actor dimana dalam panggung belakang tersebut actor menyimpan kepribadian yang sebenarnya yang tidak ada dipanggung depan. Panggung belakang ini bersifat tersembunyi dari pandangan khalayak [6]. Fokus pendekatan dramaturgis adalah untuk mengetahui bagaimana mereka melakukan pengelolaan kesan yang digunakan seseorang baik dari panggung depan maupun panggung belakang.

2.4 Impression Management

Dalam perspektif dramaturgis, kehidupan ini ibarat teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan diatas panggung, yang menampilkan peran-peran yang dimainkan para aktor. *Impression management* secara umum didefinisikan sebagai presentasi diri (*self presentation*) dalam peran-peran tersebut actor memproyeksikan dirinya dengan cara mengelola kesan sesuai yang ia inginkan, pada proses tersebut pengelolaan kesan (*impression management*) sangat dibutuhkan agar dapat tersampainya pesan dengan baik ke penonton. Dalam dramaturgi dunia manusia disandingkan dengan dunia teater, dimana dalam hal ini sangat berkaitannya kehidupan manusia seolah hidup ini merupakan sebagai isu atau pertunjukan yang kita perankan dalam diri kita masing-masing.

Menurut Goffman, kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi “wilayah depan” (*front region*) dan “wilayah belakang” (*back region*). Wilayah depan merujuk kepadaperistiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka seperti sedang memainkan suatu peran diatas panggung sandiwara di hadapan khalayak penonton. Sebaliknya, wilayah belakang merujuk kepada tempat dan peristiwa memungkinkannya mempersiapkan perannya di wilayah depan. Wilayah depan ibarat panggung sandiwara bagian depan (*frontstage*) yang ditonton banyak penonton, sedangkan wilayah belakang ibarat panggung sandiwara bagianbelakang (*back stage*) atau kamar rias tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri, atau berlatih untuk memainkan perannya.

2.5 Media Sosial

Munculnya internet dapat menghubungkan antar manusia dari berbagai belahan dunia yang tidak saling kenal sebelumnya dengan cara mengkoneksikan computer dengan jaringan internet [7]. Seiring perkembangan zaman, internet dapat digunakan sebagai alat untuk bersosialisasi dan berinteraksi satu sama lain. Sosial media adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Dengan media sosial kini manusia dapat berkomunikasi dengan siapapun dimana saja dan tidak dibatasi oleh waktu, selama seseorang tersebut tersambung dengan jaringan internet maka saat itu juga manusia dapat berkomunikasi satu sama lain. Media sosial juga merupakan wadah yang tepat untuk pembangunan popularitas [8]

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman terhadap kenyataan sosial dari perspektif narasumber. Penelitian kualitatif mementingkan proses, bukan hasil atau produk. Kemudian kualitatif bersifat deskriptif dengan mendeskripsikan makna data atau fenomena yang ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti [9]. Subyek penelitian ini adalah Michiko Frizdew sebagai individu yang melakukan *impression management* di media sosial Instagram dan melihat bagaimana *front stage* dan *back stagenya* untuk membentuk kesan yang diinginkan.

Objek penelitian adalah sifat dari suatu keadaan seperti benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dari penelitian. Sifat keadaan bisa berupa sifat, kuantitatif, dan kualitatif dimana hal itu bisa berupa perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan, sikap pro atau kontra, penilaian, rasa simpati, empati, proses, dan keadaan batin. Objek dari penelitian ini adalah media sosial Instagram Michiko Frizdew, sehingga peneliti dapat lebih dalam melihat *impression management* pada aspek *front stage* dan *back stage* yang dilakukan oleh Michiko dalam mengelola kesan yang diinginkan. Sumber dari triangulasi ini adalah Michiko sebagai informan kunci, Silvia Febriani sebagai Informan, Nisa Ul Khoiriyah sebagai informan, dan Barumun nanda sebagai informan.

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, peneliti menjabarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan terhadap akun @Michikofrizdew untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana *impression management* di Instagram @Michikofrizdew. Peneliti menganalisis kegiatan panggung depan (*front stage*) serta proses panggung belakang (*back stage*) @Michikofrizdew di Instagram. *Front stage* atau panggung depan ini adalah suatu panggung yang terdiri dari bagian pertunjukkan atas penampilan dan gaya. Teori dramaturgi "*front stage*" adalah konsep yang dikembangkan oleh Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul "*The Presentation of Self in Everyday Life*" (1959). Teori ini menggambarkan interaksi sosial sebagai sebuah teater, yang dimana pada panggung depan inilah actor menciptakan dan mempertahankan kesan tertentu didepan orang lain.

Gambaran umum tentang *front stage* Michiko di akun instagramnya, dimulai pada penulisan nama panggungnya di Instagram berupa “Michiko Frizdew | #Belajarbarengkomunikasi pada tagar ini termasuk komunikasi verbal dapat disimpulkan bahwa keinginan Michiko yang berharap bahwa pengikutnya pada saat membuka akunnya dapat melihat dan menyadari bahwa ia adalah seorang yang gemar mengajak audiens untuk tumbuh belajar komunikasi dengannya. Kemudian pada tulisan bionya di Instagram, Michiko menuliskan ketiga profesinya yaitu “Pelatih komunikasi, Presenter TV, Moderator” di bio instagramnya adalah dengan jelas bertujuan untuk menyampaikan *branding* utamanya kepada pengikutnya. Dengan menuliskan ketiga profesi ini, dia ingin menggambarkan identitas profesionalnya pada bidang ilmu komunikasi di media sosial instagramnya. Dengan menuliskan 3 profesinya sebagai pelatih komunikasi, presenter TV, dan juga moderator yang mana hal ini mencerminkan keahlian dan perannya, Michiko memberikan informasi yang jelas dan informatif bagi pengikutnya di Instagram. Penulisan ini juga dapat membantu dalam hubungan yang lebih baik dengan pengikut, menarik audiens yang relevan, dan mengokohkan citra profesionalnya di dunia komunikasi dan media.



Gambar 1 Michiko Frizdew

Sebagai pelatih komunikasi Michiko menonjolkan peran dan keahliannya dengan mencantumkan profesi ini, Michiko menyiratkan kemampuannya dalam membantu orang lain meningkatkan keterampilan berkomunikasi, baik dalam situasi publik maupun interaksi sehari-hari, hal ini beriringan dengan postingan kontennya. Dengan latar belakangnya memiliki keahlian di bidang komunikasi sesuai dengan latar belakang akademisnya digunakan dengan baik dalam membuat suatu konten yang edukatif serta menarik pada para pengikutnya di Instagram. Dalam usahanya itu Michiko menggunakan fitur sorotan yang juga dapat membantu pengelolaan kesannya di Instagram, fitur Instagram digunakan sebagai fitur yang dapat menyimpan serta menunjukkan *insta storie* yang tampil pada akun dalam waktu yang lama. Maka, pengikutnya dapat melihat kembali postingan *insta storie* Michiko. Gaya komunikasi verbalnya juga tentunya diperhatikan oleh Michiko dengan memperhatikan penggunaan Bahasa Indonesia yang baik dan benar, komunikatif, sistematis, dan santai namun humoris di kesempatan yang sesuai. Pada kategori Bahasa ini Michiko telah secara sadar menerapkannya untuk mendeskripsikan dirinya di media sosial, ia membuat lembar yang berisikan seperti apa ia ingin dikenal gaya komunikasi yang dipilihnya tersebut.

Michiko juga kerap melibatkan audiensnya dengan komunikasi verbal menggunakan *caption* yang menimbulkan pertanyaan audiens pada akun instagramnya guna terciptanya interaksi dengan Michiko lewat komentar di postingannya tersebut. Michiko mengaku sebisa mungkin berinteraksi dengan para pengikutnya ditengah kesibukannya, namun terkadang Michiko juga harus mengerjakan kewajiban sebagai ibu dan seorang istri yang memungkinkan komentar-komentar tersebut tidak dapat ia balas secara real time. Sebagai presenter TV, Michiko juga menuliskan perannya sebagai presenter pada bio instagramnya, hal itu juga ia lakukan agar para pengikutnya dapat menyadari bahwa selain profesinya sebagai pelatih komunikasi, ia juga sebagai seorang presenter TV Kompas Riau.



Gambar 1 Michiko Frizdew sebagai Presenter Kompas TV Riau

Dalam perjalanan postingannya, Michiko juga mengkategorikan konten dalam bentuk fitur sorotan, yang mana pada sorotan ini Michiko menunggah beberapa kegiatannya selama menjadi seorang presenter. Tak jarang, Michiko juga mengunggah *behind the scene* proses dialognya dengan narasumber pada acara hari tersebut. Dalam postingan tersebut Michiko tampak sedang berdialog dengan narasumber disepanjang acara yang kemudian video tersebut ia unggah pada akun instagramnya.

Video yang diunggah menuai respons positif oleh pengikutnya yang dapat menunjukkan bahwa kesannya yang ia tampilkan di Instagram berhasil karena mendapatkan respon positif bentuk kekaguman pengikutnya. Melalui hal ini Michiko berkesempatan untuk menjalin interaksi dengan pengikutnya dengan membalas pesan yang ia dapati di kolom komentar. Hal ini menandakan bahwa Michiko juga berupaya terus terjalin dengan pengikutnya. Tentunya hal ini membuat jalinan antara Michiko dengan pengikut menjadi terus positif sehingga kesan yang ditimbulkan juga berdampak positif sesuai harapan Michiko.

Sebagai moderator, Michiko juga menuliskan bentuk komunikasi verbalnya yang mana profesinya ini Michiko cantumkan pada bio instagramnya yang dengan tujuan lagi-lagi supaya para

pengikutnya sadar akan profesinya juga bisa sebagai moderator. Tak sampai disitu Michiko juga kerap mengunggah kegiatannya melalui insta storie yang kemudian ia kategorikan pada fitur sorotan di Instagram yang membuat siapapun yang mengunjungi profil instagramnya dapat mengetahui bahwa dirinya seorang moderator, tak hanya itu pengikut juga dapat melihat bagaimana cara Michiko pada memandu sebuah acara karena didalam sorotan tersebut terdapat video Michiko. Sebagai latar akademisnya di bidang komunikasi Michiko benar – benar memanfaatkan ilmunya dengan sebaik mungkin.

Pada unggahan konten Michiko yang hadir sebagai pemandu acara atau moderator, sering kali pada postingan tersebut diikuti dengan gaya komunikasi verbal dengan penulisan yang santai dan tertata. Michiko menuliskan caption dengan menceritakan kegiatan maupun kondisi yang ia alami pada saat ia menjadi pemandu sebuah acara, isi dari cerita tersebut tentunya juga telah ia siapkan secara matang guna memperlihatkan tulisan yang rapi dan mudah dipahami.

Keterlibatan dengan *audiens* pada perannya sebagai moderator ini pun juga dapat terlihat dari cara Michiko merespon pengikutnya Ketika berkomentar, sehingga strategi Michiko dalam memperkuat citra dirinya melalui penulisan profesi sebagai moderator juga cukup berhasil menuai respon positif yang mengungkapkan rasa bangga oleh pengikutnya. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti pada unggahan terbarunya mengenai peran sebagai pelatih komunikasi dapat dilihat bahwa Michiko memang secara sadar dan konsisten dalam membangun perannya agar menciptakan kesan dirinya yang professional sehingga para pengikut dapat menyadari Michiko adalah seorang yang gemar mengunggah konten yang berkaitan dengan komunikasi. Hal ini tentunya membuat citra dirinya sebagai orang yang handal pada bidang tersebut.

Postingan Michiko pada perannya sebagai pelatih komunikasi, presenter TV, dan juga moderator kerap menampilkan pose foto maupun video pada saat memegang Mikrofon yang termasuk komunikasi non verbal tentunya dalam hal ini ada maksud dan tujuan tertentu upaya meningkatkan atau mempertahankan kesannya yang konsisten bahwa dirinya adalah orang yang gemar mengikuti acara yang sesuai dengan perannya sebagai ketiga profesi tersebut. Bahkan menurut praktisi personal *branding* yang ada di Pekanbaru mengakui bahwa strategi Michiko dalam konsistensinya pemilihan foto maupun video yang diunggah adalah Langkah yang tepat, sehingga orang-orang yang Ketika melihat akun Instagramnya dapat menyadari bahwa peran Michiko adalah sebagai seseorang yang gemar melakukan komunikasi di depan umum yang tentunya berkaitan dengan ketiga perannya sebagai pelatih komunikasi, presenter TV, dan juga moderator.



Gambar 2 Postingan Michiko sebagai Pelatih Komunikasi, Presenter TV dan Moderator

Sementara itu panggung belakang merupakan kehidupan sosial yang dimana individu melepaskan identitasnya sebagai actor dan tidak bermain peran. Pada penelitian Ni Made Dwi Agustina dkk (2022) mengungkapkan bahwa dalam hal ini kehidupan individu diluar diri sebagai actor bagian ini juga menjadi tempat dimana individu melakukan serangkaian persiapan sebelum membuat memainkan peran atau melakukan rahasia pertunjukkan. Pada proses *back stage* ini Michiko mempersiapkan *front stage* nya secara sadar yaitu dengan merancang strategi komunikasi terlebih dahulu. Proses panggung belakangnya Michiko mengakui menggunakan *mapping* terlebih dahulu dengan membuat lembar kerjanya yang menunjukkan bagaimana ia ingin dikenal masyarakat di sosial media khususnya Instagram.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, ketika turun dari panggungnya, Michiko Frizdew menunjukkan komunikasi nonverbal dengan menyapa dan berjabat tangan dengan panitia wanita. Selain itu, sebagai bentuk komunikasi verbalnya, Michiko mengatakan kepada panitia, “Semoga bisa berkolaborasi di lain waktu” sebagai harapan untuk bisa bekerjasama di kesempatan berikutnya.

Tak hanya mengenai persiapan konten yang harus dirancang sedemikian rupa, Michiko juga perlu memperhatikan penampilannya. Michiko berusaha konsisten dengan personal style nya. Michiko mengatakan bahwa ia konsisten di warna *branding MF Communication* yang berwarna biru denim, putih, kuning, dan hitam hal ini bertujuan untuk mempertegas personal *branding*nya. Guna memperdalam ilmunya di bidang komunikasi Michiko juga melanjutkan studinya mengambil program pascasarjana atau magister ilmu komunikasi di Universitas Riau, tak hanya itu secara spesifik mengenai personal *branding* Michiko juga membaca buku-buku yang berkaitan tentang personal *branding* di *skill academy*. Tak sesampainya disana, Michiko juga mengikuti kelas pembelajaran mengenai ig hack pada akun Instagram @mudacumasekali dan juga mempelajari teori dramaturgi yang hal tersebut mampu meningkatkan kapasitasnya dalam personal *branding* Michiko pada akun Instagram yang bernama @Michikofrizdew. Pada prosesnya ini ternyata Michiko juga dibantu oleh tim *MF Communication* yang merupakan komunitas belajar yang dimilikinya membantu menjadi narahubung Michiko bagi pihak yang ingin bekerja sama dengannya serta pembuatan poster maupun salindia presentasi yang juga dibantu *MF Communication*. Namun hal yang berbeda dilakukan Michiko off *back stage* ketika dibagian presenter, Michiko Bersama produsernya melakukan proses diskusi dalam menentukan tema serta membuat TOR pada proses sebelum atau di belakang layar.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan pembahasan yang telah dijabarkan dalam bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *Impression management* dalam akun Instagram @Michikofrizdew bahwa management kesan yang dibangun oleh Michiko melalui media sosial Instagram @Michikofrizdew dengan menampilkan tiga kesan yakni, sebagai pelatih komunikasi, presenter TV, dan juga moderator. Ketiga kesan ini dibangun dengan kesadaran penuh dan persiapan yang matang melalui konsep *management impressions* yang terdiri atau *front stage* dan *backstage*. Dua unsur *management impression* yang dipersiapkan oleh Miciko adalah bagian dari upaya terintegratif antara panggung depan dan panggung belakang. MF sebagai bagian dari support system Michiko yang sangat penting dalam pengelolaan kesan yang ditampilkan di panggung depan. Sedangkan *back stage* dalam Instagram @Michikofrizdew mempersiapkan untuk mendukung kesan utama Miciko yang berupa MF dan keluarga besarnya.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang memberikan support baik dalam bentuk materi maupun immateri. Terkhusus kepada informan kunci Michiko yang telah meluangkan waktu selama proses penelitian ini. Kepada Prodi Ilmu Komunikasi Fikom UIR, juga telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan studi ini tepat waktu. Semoga karya kecil ini memberi manfaat kepada peneliti khususnya dan juga pembaca pada umumnya.

Daftar Pustaka

- [1] E. Krisnawati, *Komunikasi Korporat*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- [2] F. N. Restusari dan F. Nuke, “Instagram sebagai Alat Personal Branding dalam Membentuk Citra Diri,” vol. 3, no. 2, pp. 175-185, 2019.
- [3] H. Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada., 2015.
- [4] T. I. Kusumawati, “Komunikasi Verbal dan Nonverbal,” *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, vol. 6, no. 2, p. 91, 2015.
- [5] S. Suneki dan Haryono, “Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial,” *Jurnal Ilmiah CIVIS*, vol. 2, no. 2, pp. 1-11, 2012.
- [6] F. Alissananda dan M. Suherman, “Impression Management Selebgram di Media Sosial Instagram,” dalam *Bandung Conference Series: Public Relations*, Bandung, 2022.
- [7] S. D. Alyusi, *Media Sosial, Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*, Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2014.
- [8] D. T. Anggarini, “Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial,” *Bussiness Innovation and Entrepreneurship*, vol. 3, no. 4, pp. 259-268, 2021.
- [9] A. Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif*, Makassar: CV Syakir. Media Press, 2021.