

## ***Impression Management Selebgram di Media Sosial Instagram***

**Fathya Alissananda\*, Maman Suherman**

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*fathyaalissa28@gmail.com, mamansuherman.unisa@gmail.com

**Abstract.** This study aims to determine the impression management of a celebgram that will be studied by the author here is a student of Fikom Unisba on the front stage and back stage on Instagram social media. Impression management is an impression management that is needed in presenting yourself in front of others in order to be well received. It can be judged from the front stage and backstage of a celebgram. The front stage and backstage that will be researched here is a discussion about the activities carried out by objects in his instagram account including every post uploaded and for the backstage is the preparation made to support his appearance on the front stage and also when in daily life outside of social media instagram. This research was conducted on 2 people who are celebgrams and are undergoing as students at the Faculty of Communication Unisba. This study uses qualitative studies. The approach used in this study is dramaturgy, with the paradigm used is constructivist. Impression management carried out by celebgram on the front stage is to display another side that is fashionable, as done by SA which often displays posts using fashionable clothes. With the selection of fashion can show a self-image that is in accordance with the profession of the informant as a model. As is the case with RA who shows funny videos on the front stage and is willing to do anything to entertain and see his followers laugh.

**Keywords:** *Impression Management, Celebgram, Dramaturgy.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 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 merupakan suatu manajemen kesan yang dibutuhkan dalam mempresentasikan diri dihadapan orang lain agar dapat diterima dengan baik. Hal ini dapat dinilai dari panggung depan dan panggung belakang seorang selebgram. Panggung depan dan panggung belakang yang akan diteliti di sini adalah pembahasan mengenai aktifitas yang dilakukan objek di dalam akun instagramnya meliputi setiap postingan yang di upload dan untuk panggung belakangnya ialah persiapan yang dilakukan untuk menunjang penampilannya di panggung depan dan juga ketika di dalam kehidupan sehari-hari di luar media sosial instagram. Penelitian ini dilakukan pada 2 orang yang merupakan selebgram dan tengah menjalani sebagai mahasiswa di Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba. Penelitian ini menggunakan studi kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dramaturgi, dengan paradigma yang digunakan yaitu konstruktivis. Impression management yang dilakukan selebgram pada panggung depan adalah menampilkan sisi lain yang modis, seperti yang dilakukan oleh SA yang sering menampilkan unggahan dengan menggunakan pakaian yang fashionable. Dengan pemilihan busana tersebut dapat menunjukkan citra diri yang sesuai dengan profesi dari informan sebagai seorang model. Seperti halnya dengan RA yang menampilkan video lucu dalam panggung depan dan rela melakukan apapun untuk menghibur serta melihat para followersnya tertawa.

**Kata Kunci:** *Impression Management, Selebgram, Dramaturgi.*

## A. Pendahuluan

Pada hakikatnya manusia sudah melakukan komunikasi semenjak dilahirkan ke dunia. Tindakan komunikasi ini secara terus menerus berlangsung pada proses kehidupan manusia. Seiring dengan berkembangnya zaman, komunikasi yang dilakukan pun tidak hanya secara langsung atau tatap muka tetapi juga bisa dilakukan melalui berbagai macam teknologi salah satunya dengan menggunakan *smartphone*. Kebutuhan komunikasi manusia di generasi *millennial* ini difasilitasi oleh media sosial. Salah satu media sosial yang dapat memfasilitasi kebutuhan akan komunikasi tersebut adalah Instagram. Instagram adalah sejenis jejaring sosial tempat pengguna dapat mengunggah berbagai foto dan video yang mampu ditinjau oleh para *followers*nya.

Pengguna Instagram yang memiliki popularitas tinggi di Instagram biasanya dikenal dengan sebutan *Selebgram*, singkatan dari *Selebritis Instagram*. Julukan *selebgram* tersebut biasanya diberikan kepada akun pribadi seseorang yang memiliki banyak *followers*, mengupload keindahan dari hasil fotografinya, ketampanan atau kecantikan dari paras pemilik akun Instagram, kemampuan memadu padankan pakaian *selebgram* yang dianggap publik bagus dan baik, atau bahkan orang yang dapat menginspirasi para *followers*nya. Saat ini peran *selebgram* memiliki pengaruh yang cukup besar di kalangan remaja bahkan orang tua. Seorang *selebgram* memiliki spesialisasi tersendiri dan terkesan unik untuk menarik perhatian para *followers*nya. Dalam hal ini, *selebgram* juga mengakibatkan para *followers*nya cenderung akan mengikuti apa yang akan dilakukan atau dipakai oleh *selebgram* tersebut.

Dengan cara kita berbusana, berkomunikasi dan yang lainnya, seseorang dapat memperlihatkan suatu gambaran yang akan diterima oleh orang lain untuk mempersentasikan dirinya. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai *impression management* (pengelolaan kesan) melalui media sosial khususnya di Instagram. Pengelolaan kesan merupakan bagaimana usaha kita dalam mempresentasikan diri dengan tujuan mengawasi pendapat orang lain serta memanfaatkan hal-hal yang dapat menguntungkan seseorang atau lembaga. Biasanya, seseorang melakukan *impression management* bertujuan untuk mendapat citra yang positif atau mencapai suatu keinginan yang memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar.

Dalam hal ini, penulis menggunakan teori dramaturgi Goffman untuk mengetahui panggung depan dari seorang *selebgram* yaitu bagaimana *selebgram* tersebut menampilkan dirinya di depan publik dalam akun media sosial Instagram miliknya. Panggung depan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah semua hal yang ditampilkan di dalam akun Instagram mereka. Kemudian untuk mengetahui panggung belakang dari seorang *selebgram* yaitu bagaimana kegiatan sehari-harinya di luar peran yang ia lakukan sebagai seorang *selebgram*. Panggung belakang yang dimaksud adalah hal-hal yang tidak diketahui oleh *followers*nya di dalam akun Instagram *selebgram*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana *impression management* *selebgram* di media sosial Instagram?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui *impression management* *selebgram* mahasiswa *fikom unisba* di panggung depan (*front stage*) media sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui panggung belakang (*back stage*) yang dilakukan oleh *selebgram* mahasiswa *fikom unisba* di media sosial Instagram.

## B. Metodologi Penelitian

Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang diterima oleh orang lain. Beliau menyebut upaya itu sebagai “pengelolaan kesan” yaitu teknik-teknik yang digunakan seorang aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu dan untuk mencapai tujuan tertentu pula. Jika kita berbicara tentang *impression management*, maka itu semua tidak bisa terlepas dari kajian dramaturgi. Pendekatan dramaturgi (Goffman) mempunyai anggapan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan orang lain, ia ingin mengelola kesan dengan apa yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya. Maka dari itu, fokus dari pendekatan dramaturgi ini adalah bukan apa yang orang lakukan, apa yang ingin mereka lakukan, atau mengapa mereka melakukan itu, tetapi

bagaimana mereka melakukan hal itu terhadap orang lain (Mulyana, 2002: 107). Goffman mengatakan bahwa kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu panggung depan (front stage) dan panggung belakang (back stage).

Penelitian ini menggunakan pendekatan dramaturgi yang dimana pendekatan ini adalah bukan apa yang orang tersebut lakukan tetapi apa yang ingin mereka lakukan dan bagaimana cara mereka melakukannya. Pada hakikatnya setiap orang membuat suatu pertunjukan dalam penampilannya di depan khalayak akan berusaha menampilkan suatu kesan yang berbeda. Seseorang biasanya tidak selalu memunculkan sifat atau karakter dirinya yang sebenarnya di depan khalayak. Karena ini ingin orang lain menilai dirinya sesuai dengan karakter yang diinginkannya, maka itu pula ia akan memainkan peran yang diinginkannya.

Dalam penelitian ini juga penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Subyek dalam penelitian ini adalah Sinki Alwin dan Rifky Ariq dikarenakan mereka berdua selebgram yang menerima atau melakukan endorse suatu produk dan memenuhi kriteria penelitian ini. Mereka juga sudah bersedia secara terbuka mengungkapkan pengalamannya selama menjadi selebgram.

Dalam suatu penelitian diperlukan adanya suatu data sebagai hasil akhir dari penelitian. Untuk pengumpulan data yang konkrit penulis melaksanakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu seperti wawancara, observasi dengan mengamati situasi-situasi yang ada di lapangan guna menunjang terhadap tujuan penelitian, dokumentasi yaitu mencari data atau dokumen yang bersifat pribadi dan resmi sebagai data yang dapat dipergunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian, dan studi literature dengan cara mempelajari, meneliti, mengkaji serta menelaah *literature* berupa buku-buku (*text book*), jurnal serta penelitian-penelitian sebelumnya yang juga memiliki hubungan dengan masalah yang diteliti.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Panggung Depan

Panggung depan adalah suatu panggung yang terdiri dari bagian pertunjukan atas penampilan dan gaya (*manner*). Di dalam panggung inilah individu akan membangun dan menunjukkan sosok ideal menurutnya untuk bisa diterima oleh khalayak banyak. Panggung depan merupakan bagian dari salah satu sisi dalam diri individu yang ingin ditampilkan dan dilihat oleh orang lain.

Panggung depan yang akan penulis bahas di sini adalah semua yang telah penulis amati yang berhubungan dengan apa saja yang ditampilkan pada akun media sosial Instagram mereka, seperti gaya berbusana, cara berbicara, latar tempat serta konten lainnya dalam akun Instagram mereka. Selain itu, terdapat pula penilaian dari khalayak yang mengikuti akun terhadap aktifitas yang dilakukan selebgram di akun Instagramnya masing-masing.

Berdasarkan pengamatan penulis, Sinki sangat memperhatikan apa yang akan di upload pada akun instagramnya. Hal ini terlihat dari cara Sinki dalam menentukan *mix and match* pakaian yang menjadi ciri khasnya, gestur tubuh atau pose pada saat pengambilan foto serta latar belakang tempat yang menambah nilai artistik dari setiap foto dan video yang dia upload dalam akun Instagram pribadinya.

Panggung depan dibagi menjadi dua yaitu front pribadi (*personal front*) dan setting atas alat perlengkapan. Personal front terdiri alat-alat yang dapat dianggap sebagai perlengkapan yang dibawa seorang individu ke dalam setting, biasanya mencakup bahasa verbal dan bahasa tubuh seorang individu. Sedangkan setting merupakan situasi fisik yang harus ada ketika seorang individu sedang melakukan sebuah pertunjukan. Penulis menemukan gaya bahasa yang biasa Sinki gunakan dalam menampilkan suatu kesan yang ingin dia tampilkan dalam membangun suatu kesan yang terlihat baik.

Dalam akun Instagramnya Sinki menunjukkan bahwa ia adalah seseorang yang memiliki profesi sebagai model. Ia pun ingin dipersepsi oleh para followersnya sebagai model.

Oleh karena itu, setting yang Sinki tampilkan untuk menunjang suatu pengelolaan kesan tersebut di dalam akun Instagram pribadinya ia menampilkan pakaian dan suatu hal yang terlihat modis dan *fashionable*.

Menurut Sinki, arti *followers* bagi dirinya merupakan suatu hal yang penting dalam menunjang informasi untuk mempromosikan keahlian dirinya sebagai model serta sebagai ajang eksistensi dirinya semata di dunia maya. Mempunyai *followers* banyak merupakan modal yang sangat dibutuhkan bagi seorang model. Seperti yang Sinki lontarkan berikut.

Dalam memanfaatkan media sosial Instagram, Sinki mengungkapkan bahwa sebagai seorang selebgram harus berusaha membangun chemistry dengan para followersnya agar mereka merasa dekat dengan Sinki. Hal yang dilakukan untuk membangun chemistry yaitu dengan cara berkomunikasi aktif dengan followers di fitur snapgram. Menurut penulis terhadap Sinki pada saat berada di Instagram, perilakunya dalam membangun *image* di mata *followers* ia sangat aktif saat berada di Instagram. Terlihat dari cukupnya intensitas atau aktivitas yang dilakukan oleh Sinki terhadap para *followers*-nya seperti melakukan QnA, tebak-tebakan, ataupun berargumen bareng. Dengan begitu, dapat dilihat bahwasannya Sinki berusaha menampilkan suatu kesan yang berpikir bahwa dirinya merupakan seseorang yang humble dan gampang bergaul. Tak jarang pula Sinki untuk memberi kesan positif kepada para followersnya.

Berdasarkan pengamatan penulis, penulis melihat bahwasannya Ariq selalu menampilkan sisi yang humoris dalam setiap video unggahannya. Terdapat pesan nonverbal yang ingin disampaikan oleh Ariq terlihat disetiap foto atau video yang dia upload. Dimulai dari mimik wajah, pakaian yang dikenakan, latar belakang pengambilan foto serta gestur yang dilakukan olehnya.

Berbeda dengan Sinki yang sangat memperhatikan apa yang akan diupload pada akun Instagramnya, Ariq terlihat lebih sederhana dalam hal penampilan yang ia tampilkan di akun Instagram pribadinya namun masih terkesan modis dan *fashionable*. Latar belakang tempat yang bagus merupakan nilai tambahan agar hasil foto atau video dalam akun Instagram Ariq terlihat lebih artistic. Ariq dalam akun Instagramnya tidak terlalu memperhatikan secara detail apa yang akan dia upload dikarenakan ia menganggap bahwasannya apa yang dia lakukan serta diunggah di akun Instagram pribadinya hanya sebatas kesenangan saja.

Dalam setting yang Ariq tampilkan untuk menunjang suatu pengelolaan kesan yang ia tampilkan di dalam akun Instagram pribadinya juga ia menampilkan suatu hal yang menghibur bagi para followersnya. Di dalam Instagramnya, Ariq ingin dipersepsi oleh para followersnya sebagai konten kreator. Selain penampilan, tentunya untuk menampilkan kesan sebagai konten kreator banyak persiapan dan alat yang proper untuk menghasilkan foto atau video dengan kualitas yang bagus.

Dalam pengamatan penulis, Ariq memiliki keahlian dalam bidang edit video. Dimana dalam hal tersebut kemampuannya digunakan dengan baik dalam membuat suatu konten yang menghibur serta menarik para pengikutnya di Instagram. Dalam usahanya itu akunnya saat ini memiliki followers yang cukup banyak.

Dalam memanfaatkan media sosial Instagram, Ariq mengungkapkan bahwa sebagai seorang selebgram harus berusaha membangun chemistry dengan para followersnya agar mereka merasa dekat dengan Ariq. Hal yang dilakukan untuk membangun chemistry yaitu dengan cara berkomunikasi aktif dengan followers di fitur snapgram. Tujuannya dilakukan hal itu adalah untuk menumbuhkan rasa kenyamanan dan kedekatan antara Ariq dan para followersnya.

Sebagai konten kreator tentunya Ariq ingin terlihat totalitas saat membuat suatu konten yang akan diunggah di dalam akun Instagram pribadinya. Terlihat beberapa video di akun Instagram pribadinya, ia melakukan gerakan konyol atau mencoreng mukanya dengan makeup dengan tujuan menghibur para followersnya. Ariq terlihat sangat aktif pada saat berada di Instagram. Perilakunya ini dapat membangun *image* yang baik dimata followers. Terlihat dari cukupnya intensitas atau aktivitas yang dilakukan oleh Ariq terhadap para followersnya seperti sharing mengenai pengalaman atau hal yang sedang dilaluinya sehari-hari. Dengan begitu, dapat dilihat bahwasannya Ariq berusaha menampilkan suatu kesan yang berpikir bahwa dirinya merupakan seseorang yang humble dan gampang bergaul. Tak jarang pula Ariq untuk memberi

kesan positif kepada para followersnya.

### **Panggung Belakang**

Panggung belakang merupakan wilayah yang berbatasan langsung dengan panggung depan. Wilayah ini bersifat tersembunyi dari pandangan khalayak. Hal ini dimaksudkan untuk melindungi semua rahasia pribadi atau pertunjukan, oleh karena itu biasanya khalayak tidak diizinkan untuk memasuki panggung belakang kecuali dalam keadaan darurat. Setelah tadi dijelaskan mengenai panggung depan, di sini penulis akan menyajikan panggung belakang mengenai kehidupan mereka sehari-hari. Pada panggung belakang ini selebgram akan menjadi orang yang sebenarnya di luar dari semua apa yang ia tampilkan di akun media Instagramnya masing-masing tanpa di rekayasa dan manipulasi.

Dalam kehidupan sehari-hari Sinki berperilaku dengan sikapnya yang asli. Dimana ia dapat berperilaku dengan sesuka hati tanpa takut dengan adanya kehadiran orang lain yang memperhatikannya. Disini Sinki dapat berbicara secara ceplas-ceplos dan tidak perlu menjaga omongannya kepada teman-teman disekitarnya.

Sinki mengakui bahwa ia merupakan orang yang sangat mudah bergaul yang dimana dengan memiliki sifat mudah bergaul ini ia dapat mendapatkan sumber rezeki dengan mengenal orang banyak. Ia juga merasa bahwa dirinya mandiri dan ia saat ini cukup bangga dapat membiayai serta membantu keadaan ekonomi keluarganya dari hasil jerih payahnya kerja sebagai model dan freelance lainnya. Ia pun tidak pernah malu ketika ia harus pergi menggunakan ojek online atau pun angkutan umum lainnya.

Dalam lingkungan kampus, Sinki mengaku bahwasannya ia mengelola kesan sebagai mahasiswa biasa. Tidak seperti yang terlihat di akun media sosial Instagramnya yang terlihat berwibawa, keren dan memiliki eksistensi yang diakui oleh para pengikutnya di Instagram, berbeda dengan halnya ia di lingkungan kampus dengan teman-temannya. Penampilannya pun di kampus sangat sederhana.

Dalam gaya bahasa yang digunakan ketika berkomunikasi dengan para temannya terlihat memiliki perbedaan dengan situasi panggung depan yaitu pada akun Instagram pribadinya. Dalam Instagram ia lebih menunjukkan kelasnya sebagai sosok Sinki yang berwibawa serta bijak. Namun ketika ia berada di lingkungan kampusnya, ia lebih cenderung berkomunikasi sebagai mana obrolan remaja yang bebas dan tidak ada batasan.

Dalam realitas pergaulannya, terlihat bahwa Sinki sering mengunggah suatu tempat ketika dirinya pergi dengan teman-temannya untuk nongkrong. Tempat yang ia pilih pun beragam, dari yang mewah sampai yang biasa saja. Tidak ada kriteria khusus yang dipilih Sinki untuk memilih tempat untuknya hangout bersama teman-temannya. Karena itu bukan sebagai sesuatu yang penting untuknya, ia bebas mau bertemu di tempat yang seperti apa asal ia bisa bertemu dan hangout dengan teman-temannya.

Sama seperti Sinki, Ariq dalam kehidupannya sehari-hari berperilaku dengan sikap yang asli dan tanpa dibuat-buat atau rekayasa. Ariq mengakui bahwa ia merupakan orang yang sangat mudah bergaul yang dimana dengan memiliki sifat mudah bergaul ini ia dapat mendapatkan sumber rezeki dengan mengenal orang banyak. Ia juga merasa bahwa dirinya mandiri dan ia saat ini cukup bangga dapat membiayai serta membantu keadaan ekonomi keluarganya dari hasil jerih payahnya kerja sebagai konten kreator serta menghibur orang banyak.

Dalam lingkungan kampus, Ariq terlihat seperti seorang anak kampus yang rajin. Tidak seperti yang terlihat di akun media sosial Instagramnya yang terlihat judes dan memiliki eksistensi yang diakui oleh para pengikutnya di Instagram, berbeda dengan halnya ia di lingkungan kampus dengan teman-temannya. Penampilannya pun di kampus sangat sederhana, ia mengatakan ketika di kampus lebih nyaman menggunakan pakaian yang biasa saja asal nyaman saat dipakai.

Dalam gaya bahasa yang digunakan ketika berkomunikasi dengan para temannya terlihat memiliki perbedaan dengan situasi panggung depan yaitu pada akun Instagram pribadinya. Ketika ia berada di lingkungan kampusnya, ia lebih cenderung berkomunikasi bebas seperti halnya obrolan sesama anak remaja. Sedangkan dalam akun Instagramnya ia sedikit lebih bebas tapi tetap terjaga seperti tidak mengatakan hal yang kasar atau pun mengandung SARA

lainnya.

Dalam realitas pergaulannya, sama seperti Sinki bahwasannya Ariq sering mengunggah suatu tempat ketika dirinya pergi dengan teman-temannya untuk nongkrong. Tempat yang ia pilih pun beragam, dari yang mewah sampai yang biasa saja. Tidak ada kriteria khusus yang dipilih Ariq untuk memilih tempat untuknya hangout bersama teman-temannya. Karena itu bukan sebagai sesuatu yang penting untuknya, ia bebas mau bertemu di tempat yang seperti apa asal ia bisa bertemu dan hangout dengan teman-temannya.

Dari pengamatan penulis, Ariq merupakan orang yang cukup pintar dalam mengelola kesan di Instagramnya. Hal ini terlihat dari Ariq yang berusaha bersikap baik kepada semua followersnya, seperti membalas setiap komen yang dan DM yang diberikan followers kepada dirinya. Hal ini dilakukan oleh Ariq untuk membuat suatu kesan yang positif agar dirinya dapat diterima oleh khalayak dan para followersnya mau menikmati semua video atau foto yang diunggah di akun Instagram pribadinya. Terlihat disini bahwasannya ada bentuk simbiosis mutualisme yang dimana Ariq membutuhkan followersnya dalam meningkatkan eksistensinya di dalam media sosial Instagram dan followers membutuhkan konten yang dibuat Ariq untuk menghibur dan mendapatkan informasi yang bermanfaat.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses impression management yang terjadi pada informan pertama yaitu Sinki, terdapat beberapa ketidaksesuaian antara apa yang di tampilkan dalam panggung depan yaitu akun media sosial Instagramnya dengan panggung belakang dalam kehidupan aslinya. Hal tersebut penulis temukan saat observasi dimana penampilan yang berwibawa, keren dan rapi berusaha Sinki presentasikan dalam membangun kesan dirinya dimata followers. Berbanding dengan panggung belakang bahwasannya ia terlihat sederhana dan memakai penampilan yang seadanya. Dalam lingkungan pergaulannya ia dikenal sebagai pribadi yang memiliki gaya bahasa ceplas-ceplos dan memiliki pergaulan yang bebas, sangat jelas terlihat berbeda dengan apa yang ada di panggung depan dimana ia bersikap bijaksana dan terlihat baik.
2. Proses impression management yang terjadi pada informan kedua yaitu Ariq, terdapat beberapa ketidaksesuaian antara apa yang di tampilkan dalam panggung depan yaitu akun media sosial Instagramnya dengan panggung belakang dalam kehidupan aslinya. Dalam hal ini Ariq mempresentasikan bahwa dirinya sebagai selebgram yang modis dan fashionable terlihat dari beberapa foto dan video yang diunggah pada akun Instagramnya. Berbanding dengan panggung belakangnya yang dimana ia terlihat sederhana dan apa adanya. Dalam lingkungan pergaulannya, ia dikenal sebagai seseorang yang selalu ceria, riang dan selalu membuat teman-temannya tertawa, sangat jelas terlihat berbeda dengan apa yang ada di panggung depan sebagai Ariq yang terlihat jutek dan tidak ramah.
3. Proses impression management yang dilakukan oleh kedua informan yang penulis teliti ini untuk mendapatkan apa yang dia inginkan dan memanfaatkan Instagram sesuai dengan apa yang menjadi kepentingan mereka masing-masing. Dari kedua informan tersebut terlihat bahwasannya ada keinginan dalam memanfaatkan Instagram sebagai tempat eksistensi diri dan mendapatkan pundi-pundi rupiah dari hasil endorse beberapa produk.

#### **Acknowledge**

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat merampungkan penelitian ini. Saya ucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Maman Suherman Drs., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membantu saya dalam pembuatan penelitian ini. Saya ucapkan terima kasih narasumber yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu saya menyusun penelitian ini. Terima kasih pula saya ucapkan kepada orang tua, teman-teman yang selama ini sudah membantu dan mendukung saya dalam pembuatan penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- [1] Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- [2] Belch, George & Belch, Michael A. 2004. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: Mc Graw Hill Companies.
- [3] Hafied, Cangara. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [4] Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [5] Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- [6] Mulyana, Deddy. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [7] Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Salemba Empat.
- [8] Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [9] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [10] Van Dijk, J. 2006. *The Network Society, second edition*. London: SAGE Publications.
- [11] Karim, Iqbal Yusra. 2021. Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relation Universitas Islam Bandung*. Volume 1, nomor 2, Tahun 2021.