

Manajemen Kesan *Master of Ceremony* Formal dalam Membawakan Acara

Alma Alifah Putri Resdina, Ferry Darmawan*

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

almaalifahhh@gmail.com, ferrydarmawan@gmail.com

Abstract. This research analyzes the impression management strategies applied by a formal Master of Ceremony (MC) at one of the state universities in Bandung City. The method used is qualitative with a case study approach, based on Edward Jones' typology which includes five strategies including ingratiation, self-promotion, exemplification, supplication, and intimidation. Data were obtained through interviews, observation, and documentation, then analyzed using the Miles and Huberman model. The results showed that formal MCs use these strategies to build a professional image and credibility in the eyes of audiences and agencies. The ingratiation strategy is applied with friendly greetings and positive relationships, while self-promotion is seen from the MC's maximum appearance. The exemplification strategy is seen in professional demeanor and dedication, while intimidation is used positively to direct the audience. The supplication strategy is rarely used because it is not appropriate in the context of formal events. The implication of this research is a contribution to the development of communication theory and guidance for formal MCs to build a positive impression in an academic environment, emphasizing the importance of impression management for the success of formal events in educational institutions.

Keywords: *Impression Management, Edward Jones Typology, Master of Ceremony.*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis strategi manajemen kesan yang diterapkan oleh Master of Ceremony (MC) formal di salah satu PTN BH di Kota Bandung. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, berdasarkan tipologi Edward Jones yang mencakup lima strategi diantaranya adalah ingratiation, self-promotion, exemplification, supplication, dan intimidation. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MC formal menggunakan strategi ini untuk membangun citra profesional dan kredibilitas di mata audiens dan instansi. Strategi ingratiation diterapkan dengan sapaan ramah dan hubungan positif, sedangkan self-promotion terlihat dari penampilan maksimal MC. Strategi exemplification terlihat dari sikap profesional dan dedikasi, sementara intimidation digunakan secara positif untuk mengarahkan audiens. Strategi supplication jarang digunakan karena tidak sesuai dengan konteks acara formal. Implikasi penelitian ini adalah kontribusi terhadap pengembangan teori komunikasi dan panduan bagi MC formal untuk membangun kesan positif dalam lingkungan akademis, menekankan pentingnya manajemen kesan untuk keberhasilan acara formal di institusi pendidikan.

Kata Kunci: *Manajemen Kesan, Tipologi Edward Jones, Master of Ceremony.*

A. Pendahuluan

Impression management atau manajemen kesan seringkali dilakukan oleh seseorang yang memiliki profesi dan dituntut untuk memiliki gambaran diri atau self image yang positif. Mengenal istilah profesi untuk setiap bidang pekerjaan seperti kedokteran, pengacara dan sebagainya bahkan lebih meluas lagi bahwa profesi mencakup pula berbagai bidang seperti wartawan, manajer, sekretaris dan sebagainya. Dari topik ini munculan kekeliruan mengenai pengertian profesi itu sendiri.

Menurut De George menyatakan bahwa, “timbul kekeliruan mengenai pengertian profesi yang sehubungan dengan istilah profesi dan profesional, hal tersebut dikarenakan karena banyak orang yang profesional tidak atau belum tentu termasuk dalam pengertian profesi.” Ia mengemukakan pengertiannya bahwa profesi merupakan pekerjaan yang dilakukan sebagai kegiatan pokok guna menghasilkan nafkah hidup dan yang mengandalkan suatu keahlian. Sedangkan profesional adalah orang yang mempunyai profesi atau pekerjaan purna waktu dan hidup dari pekerjaan itu dengan mengandalkan suatu keahlian yang tinggi. Seorang profesional hidup dengan mempraktekan suatu keahlian tertentu atau dengan terlibat dalam suatu kegiatan tertentu berdasarkan keahliannya.

Manajemen kesan atau impression management adalah konsep dalam psikologi sosial yang pertama kali diperkenalkan oleh Erving Goffman (1959), yang menjelaskan bagaimana individu berusaha mengontrol persepsi orang lain terhadap dirinya dalam interaksi sosial. Selain itu, Leary & Kowalski (1990) mendefinisikan manajemen kesan sebagai proses sadar atau tidak sadar dalam membentuk kesan tertentu di mata orang lain. Schlenker (1980) juga menekankan bahwa manajemen kesan merupakan strategi komunikasi yang digunakan untuk membangun, mempertahankan, atau mengubah persepsi sosial.

Salah satu profesi yang melakukan impression management atau manajemen kesan adalah Master of ceremony. Master of ceremony merupakan salah satu profesi yang mengandung etika dan kode etik di dalamnya. Menurut Imam Harba (2023) menyatakan bahwa, “menjadi Master of ceremony tidak hanya sekadar berbicara di depan umum, profesi ini juga memiliki kode etik yang harus dijaga. Kode etik ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap Master of ceremony menjalankan tugasnya dengan profesionalisme, integritas, dan rasa tanggung jawab”. Lestari (2020) pun mengungkapkan bahwa dalam keberlangsungan sebuah acara, seorang MC memiliki peranan penting serta tanggung jawab penuh atas kesuksesan acara tersebut. Seorang MC kerap menjadi ‘ruh’ atau kekuatan dalam sebuah acara. Seorang MC dituntut membawakan acara sesuai dengan visi dari acara tersebut sehingga pesan yang ingin disampaikan si pemilik acara bisa tersampaikan dengan baik pada khalayak oleh karenanya seorang MC juga dituntut untuk bias menyesuaikan diri dan memberikan penampilan yang sesuai dengan bentuk acaranya.

Observasi yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa peran sebagai Master of Ceremony (MC) di Universitas Pendidikan Indonesia merupakan tugas tambahan bagi tenaga kependidikan (tendik) saat kegiatan rutin universitas. Tugas ini diatur melalui surat tugas atau SK Rektor.

Perbedaan utama adalah bahwa meskipun tendik menjalankan tugas tambahan ini, mereka tidak dianggap sebagai profesional dalam bidang tersebut. Ciri-ciri profesi mencakup adanya pengetahuan khusus, standar moral tinggi, pengabdian kepada masyarakat, izin khusus untuk berprofesi, dan keanggotaan dalam suatu profesi. Sementara itu, ciri profesional meliputi pemahaman akan keahlian, komitmen penuh terhadap pekerjaan, pekerjaan sebagai sumber penghidupan, dan kebanggaan terhadap pekerjaan yang dilakukan.

Fenomena tersebut terjadi karena situasi. Awal mula ketika ditunjuk untuk mengikuti pelatihan MC dan setelahnya barulah ditugaskan menjadi Master of ceremony sebagai tugas tambahan yang diberikan melalui surat tugas dan penunjukan dari SK Rektor. Melalui pelatihan tersebut menjadi jembatan untuk mempelajari secara mendalam mengenai Master of ceremony, dan secara kebetulan pembawaannya sebagai Master of ceremony berhasil menarik hati banyak orang, maka profesi Master of ceremony sudah sebagai tugas tambahan yang diemban. Semua berawal dari unit-unit yang ada di universitas, setiap unit terkadang menjalankan profesi Master of ceremony sesuai penunjukan yang diberikan oleh SK Rektor. Ketika ada acara dari universitas maka perwakilan dari setiap unit dikumpulkan dalam kegiatan besar universitas guna menjalankan profesi Master of ceremony sebagai tugas tambahan.

Menurut Isnanto, Secara umum terdapat beberapa ciri atau sifat yang melekat pada profesi, yaitu: (1) adanya pengetahuan khusus; (2) adanya kaidah dan standar moral yang tinggi; (3) mengabdikan pada kepentingan masyarakat; (4) ada izin khusus untuk menjalankan suatu profesi; dan (5) kaum

profesional biasanya menjadi anggota dari suatu profesi. Sedangkan ciri dari profesional diantaranya: (1) orang yang mengetahui akan keahlian dan keterampilannya; (2) meluangkan seluruh waktunya untuk pekerjaan atau bahkan kegiatannya; (3) sebagai modal hidup; (4) bangga akan pekerjaannya.

Sebagai makhluk sosial, manusia hidup dalam jejaring hubungan yang kompleks, di mana setiap individu memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Namun seringkali akan dihadapkan pada situasi di mana mengharuskan untuk mengambil tugas yang berada di luar tanggung jawab utama, pada situasi ini tak hanya menguji kemampuan adaptasi dan keterampilan saja namun cara mengelola kesan atau persepsi orang lain. Manajemen kesan menjadi sangat penting dalam kondisi ini.

Menurut Saigan, Impression Management dibangun dari dua istilah utama. Pertama adalah istilah self-presentation atau strategic self-presentation, yang digunakan oleh Edward Jones dan rekan-rekannya untuk menggambarkan konseptualisasi pengelolaan kesan mereka. Secara keseluruhan, self-presentation mengingatkan kita pada gagasan bahwa kesan dikelola secara strategis untuk mendapatkan jenis atribut yang terarah untuk tujuan tertentu dalam konteks tertentu. Istilah kedua yang dikembangkan oleh Erving Goffman adalah situated social identity. Dalam penelitiannya tidak menaruh pertimbangan pada motivasi psikologis pada masyarakat dalam menampilkan perilaku di depan umum.

Menurut Picone, Impression manajemen atau manajemen kesan menggambarkan bahwa tindakan, penampilan, dan sebagainya merupakan bagian dari maksud dan tujuan dalam diri individu tersebut. Salah satu penggambarannya seperti melakukan suatu proses atau tindakan untuk mempengaruhi orang lain, baik tentang dirinya, objek, ataupun peristiwa. Melalui tindakan dan penampilan yang mereka tunjukkan, orang lain dapat melihat bagaimana individu tersebut mengendalikan kesan terhadap orang lain dan tentang diri mereka sendiri.

Tipologi Edward Jones menyangkut 5 (lima) strategi, diantaranya adalah strategi ingratiation, self promotion, exemplification, supplication dan intimidation. Konsep ini menekankan bagaimana perilaku manusia sering diarahkan untuk mengelola citra diri dalam lingkungan sosial. Mereka mendefinisikan berbagai strategi manajemen kesan yang digunakan untuk mencapai tujuan sosial tertentu, termasuk membentuk hubungan interpersonal yang positif, mempengaruhi persepsi kompetensi, atau menggunakan mekanisme intimidasi untuk memperkuat dominasi sosial. Edward Jones dan Thane Pittman memperkenalkan tipologi manajemen kesan, yang membahas berbagai strategi yang digunakan untuk menciptakan, memperkuat, atau mengubah citra diri seseorang di mata orang lain. Konsep ini menekankan bagaimana perilaku manusia sering diarahkan untuk mengelola citra diri dalam lingkungan sosial. Mereka mendefinisikan berbagai strategi manajemen kesan yang digunakan untuk mencapai tujuan sosial tertentu, termasuk membentuk hubungan interpersonal yang positif, mempengaruhi persepsi kompetensi, atau menggunakan mekanisme intimidasi untuk memperkuat dominasi sosial.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada penguraian manajemen kesan tenaga kependidikan (tendik) dengan tugas tambahan sebagai Master of ceremony formal berdasarkan pada tipologi yang dikembangkan oleh Edwards Jones. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut: (1) Untuk Menganalisis Strategi Ingratiation yang dilakukan Master of ceremony Formal dalam Membawakan Acara di Salah Satu PTN BH di Kota Bandung; (2) Untuk Menganalisis Strategi Self Promotion yang dilakukan Master of ceremony Formal dalam Membawakan Acara di Salah Satu PTN BH di Kota Bandung; (3) Untuk Menganalisis Strategi Exemplification yang dilakukan Master of ceremony Formal dalam Membawakan Acara di Salah Satu PTN BH di Kota Bandung; (4) Untuk Menganalisis Strategi Supplication yang dilakukan Master of ceremony Formal dalam Membawakan Acara di Salah Satu PTN BH di Kota Bandung; (5) Untuk Menganalisis Strategi Intimidation yang dilakukan Master of ceremony Formal dalam Membawakan Acara di Salah Satu PTN BH di Kota Bandung.

B. Metode

Peneliti menggunakan metode kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus. Seperti yang dikatakan Fadli (2021), ia menuturkan bahwa peneliti akan mengenali subjek, merasakan juga apa yang dialami subjek dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian kualitatif akan melibatkan peneliti sehingga nantinya akan paham mengenai konteks dengan situasi dan setting fenomena alami sesuai yang sedang diteliti. Setiap fenomena merupakan sesuatu yang unik, yang berbeda dengan lainnya

karena berbeda pula konteksnya. Pendekatan studi kasus yang dilakukan peneliti guna melakukan pendekatan mendalam terhadap manajemen kesan Master of ceremony Formal dalam Membawakan Acara di Salah Satu PTN BH di Kota Bandung dengan analisa mengenai strategi utama yang diidentifikasi oleh Edward Jones yaitu strategi ingratiation, self promotion, exemplification, supplication dan intimidation.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis Miles dan Huberman, dimana terdapat tiga tahapan, yaitu: reduksi data, penyajian data, sampai penarikan kesimpulan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

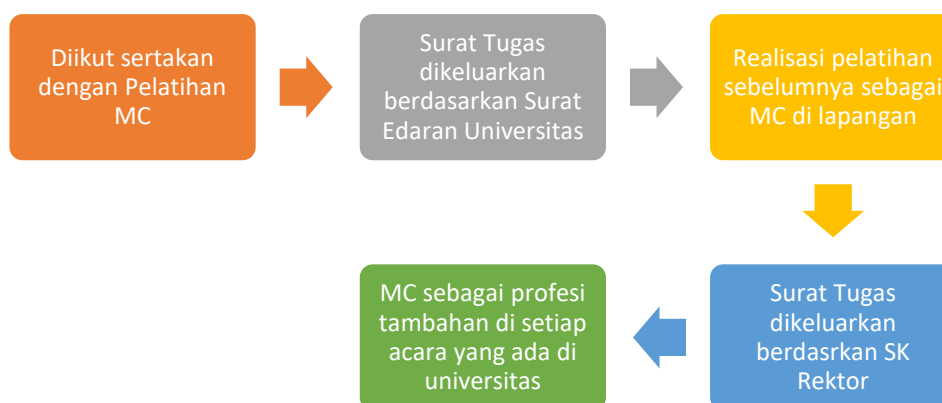
Manajemen Kesan Profesi Master of Ceremony sebagai Profesi Yang Profesional dan Profesi Master of Ceremony sebagai Tugas Tambahan

Profesi didefinisikan sebagai pekerjaan yang dilakukan sebagai kegiatan pokok untuk menghasilkan nafkah hidup, yang mengandalkan keahlian tertentu. Sementara itu, profesional adalah individu yang menjalankan profesi tersebut secara penuh waktu dan bergantung pada keahlian tinggi yang dimilikinya. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan mendasar antara sekadar melakukan pekerjaan dan menjalankannya dengan tingkat keahlian dan komitmen.

Profesi dan profesionalisme saling terkait erat. Seorang profesional tidak hanya dituntut untuk memiliki keahlian, tetapi juga untuk menjalankan tugasnya dengan sikap yang mencerminkan integritas dan tanggung jawab. Dalam konteks seorang Master of Ceremony, manajemen kesan menjadi elemen penting yang dapat mempengaruhi persepsi audiens.

Proses Penugasan Profesi Master of ceremony sebagai Tugas Tambahan

Berikut model Penugasan Profesi Master of ceremony sebagai Tugas Tambahan yang diolah oleh peneliti.



Gambar 2. Model Penugasan Profesi Master of Ceremony

Surat penunjukan SK Rektor adalah hal yang pertama kali menjadi proses terjadinya fenomena ini. hal tersebut terjadi berdasarkan rekomendasi yang diberikan dari rekan sejawat atau rekan kerja dan disampaikanlah kepada pimpinan. Setelah mendapatkan penugasan tersebut, setiap unit kerja atau tenaga kependidikan melaksanakan tugasnya dikarena situasi yang terjadi. Laely dan Yudhit adalah contoh pelaku yang terlibat dalam fenomena ini.

Laely dan Yudhit merasakan langsung penugasan tersebut. “Saya tidak mungkin menolak tugas yang diberikan, ini sebagai pekerjaan saya maka ini juga menjadi tanggung jawab saya. Banyak hal positif yang saya petik dari sini, selain ilmu yang bertambah pastinya mengasah kemampuan yang sebelumnya tidak saya kembangkan”. Ungkap Laely. Dalam hal ini Laely menunjukan keseriusannya dalam menghadapi profesi sebagai Master of ceremony tersebut, sebagai buktinya Laely sudah menjalankan profesi tambahan ini selama 9 tahun terhitung sejak 2014.

Berbeda dengan Yudhit yang terbilang baru dalam penugasannya sebagai Master of ceremony yaitu selama 3 tahun terhitung sejak tahun 2021, namun Yudhit pun melaksanakan tugasnya dengan tanggung jawab, belajar dan belajar adalah hal yang dilakukannya. “Aku itu ditunjuk untuk menggeluti profesi ini baru, kalo Bu Laely itu udah senior, bahkan saya banyak belajar dari beliau. Penugasan ini pun memberikan pengasahan kemampuan saya dalam berkomunikasi”.

Menjalankan profesi Master of ceremony sebagai tugas tambahan di PTN BH ketika ada acara-acara tertentu di universitas. Salah dua dari acara universitas itu adalah acara wisuda dan acara pengukuhan guru besar.

Strategi Ingratation yang dilakukan Master of ceremony Formal dalam Membawakan Acara di Salah Satu PTN BH di Kota Bandung

Strategi ingratiation sangat efektif dalam membangun hubungan positif dengan audiens. Baik Dr. Laely Purnamasari maupun Yudhit Anatha menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah acara tidak hanya terletak pada penyampaian materi, tetapi juga pada bagaimana audiens merasakan pengalaman mereka. Sikap ramah, interaksi aktif, dan responsif terhadap kondisi audiens adalah kunci untuk menciptakan suasana yang nyaman dan membuat acara berjalan dengan sukses. Strategi ingratiation, dengan demikian, menjadi alat yang sangat berharga bagi para MC dan pembicara dalam mencapai tujuan komunikasi mereka.

Strategi Self Promotion yang dilakukan Master of ceremony Formal dalam Membawakan Acara di Salah Satu PTN BH di Kota Bandung

Self-promotion bagi Master of Ceremony adalah kombinasi dari pemahaman situasi, keterampilan komunikasi, dan kemampuan beradaptasi. Baik Laely maupun Yudhit menunjukkan bahwa untuk menjadi MC yang sukses, penting untuk menampilkan diri sebagai profesional yang kompeten dan berpengalaman. Melalui pendekatan yang berbeda namun saling melengkapi ini, mereka berhasil membangun kredibilitas dan kepercayaan di hadapan audiens, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesuksesan acara yang mereka pandu.

Strategi Exemplification yang dilakukan Master of ceremony Formal dalam Membawakan Acara di Salah Satu PTN BH di Kota Bandung

Strategi exemplification yang diterapkan oleh Dr. Laely Purnamasari dan Yudhit Anatha menunjukkan bahwa sikap profesional, etika kerja, dan dedikasi sangat penting dalam peran sebagai Master of Ceremony. Menjadi teladan bagi audiens dan rekan kerja tidak hanya melibatkan penampilan luar, tetapi juga mencakup perilaku, sikap, dan integritas yang konsisten. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, seorang MC dapat menciptakan dampak positif yang bertahan lama dan menginspirasi orang lain.

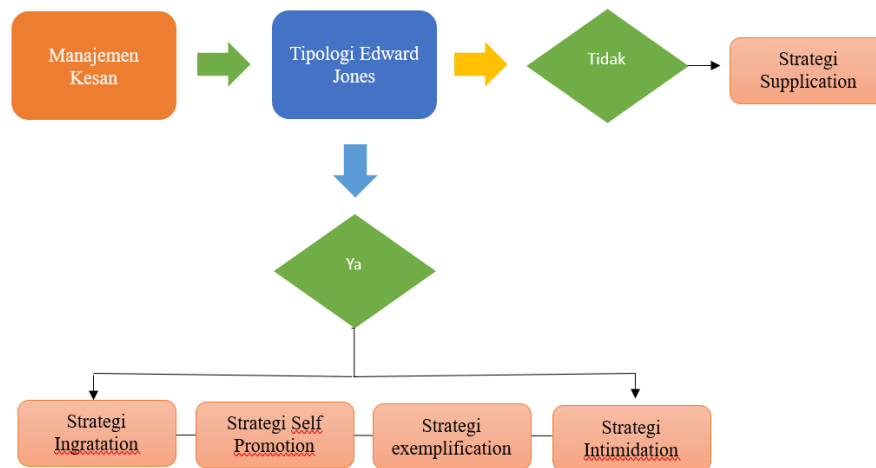
Strategi Supplication yang dilakukan Master of ceremony Formal dalam Membawakan Acara di Salah Satu PTN BH di Kota Bandung

Berdasarkan pandangan Dr. Laely dan Yudhit, dapat disimpulkan bahwa penggunaan strategi supplication dalam konteks MC tidak sesuai dengan prinsip manajemen kesan yang diharapkan. Strategi supplication meskipun memiliki potensi untuk menciptakan koneksi emosional, tidak sesuai untuk diterapkan oleh seorang Master of Ceremony dalam konteks formal. Baik Dr. Laely Purnamasari maupun Yudhit Anatha menekankan pentingnya etika, ketangguhan, dan kredibilitas dalam peran mereka. Oleh karena itu, MC harus berfokus pada pengelolaan kesan yang positif dan profesional, menghindari penggunaan teknik yang dapat melemahkan posisi mereka di hadapan audiens.

Strategi Intimidation yang dilakukan Master of ceremony Formal dalam Membawakan Acara di Salah Satu PTN BH di Kota Bandung

Dalam implementasinya, strategi intimidasi yang positif dapat menjadi alat yang efektif dalam komunikasi, dengan syarat bahwa komunikasi tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan hubungan interpersonal dan mimik non-verbal. Dengan pendekatan yang tepat, intimidasi dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas presentasi dan menjaga suasana yang harmonis antara pembicara dan audiens.

Model Manajemen Kesan Master of Ceremony Formal Tenaga Kependidikan di PTN BH di Kota Bandung



Gambar 2. Manajemen Kesan

Proses dimulai dengan upaya mengelola kesan yang ingin dibentuk seseorang terhadap orang lain atau audiensnya. Manajemen kesan bertujuan untuk mempengaruhi pandangan orang lain agar sesuai dengan citra yang diinginkan. Gambar bagan tersebut menyajikan alur keputusan dalam manajemen kesan menggunakan tipologi Edward Jones. Bagan di atas menunjukkan bagaimana seseorang memilih strategi manajemen kesan berdasarkan situasi dan tipologi Edward Jones. Jika strategi Supplication tidak sesuai, maka individu dapat memilih strategi lain yang lebih cocok dengan tujuan dan audiensnya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut: Secara keseluruhan, strategi ingratiation terbukti sangat efektif dalam membangun hubungan positif dengan audiens. Baik Dr. Laely Purnamasari maupun Yudhit Anatha menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah acara tidak hanya terletak pada penyampaian materi, tetapi juga pada bagaimana audiens merasakan pengalaman mereka. Sikap ramah, interaksi aktif, dan responsif terhadap kondisi audiens adalah kunci untuk menciptakan suasana yang nyaman dan membuat acara berjalan sukses. Strategi ingratiation menjadi alat yang sangat berharga bagi para MC dan pembicara dalam mencapai tujuan komunikasi mereka.

Dr. Laely Purnamasari maupun Yudhit Anatha menunjukkan bahwa strategi self-promotion yang efektif melibatkan pemahaman konteks acara, penguasaan panggung, dan kemampuan beradaptasi. Dengan pendekatan yang tepat, mereka dapat membangun citra profesional yang kuat di mata audiens, yang pada gilirannya akan meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan terhadap mereka sebagai MC. Dr. Laely Purnamasari maupun Yudhit Anatha menunjukkan bahwa strategi exemplification melibatkan sikap profesional yang konsisten, etika kerja yang tinggi, dan kemampuan untuk menjadi teladan bagi audiens.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, mereka tidak hanya membangun citra positif bagi diri mereka sendiri, tetapi juga menginspirasi orang lain di sekitar mereka. Strategi supplication jarang diterapkan dalam konteks MC formal karena dinilai tidak sesuai dengan etika profesionalisme yang dituntut. Berdasarkan pandangan Dr. Laely dan Yudhit, dapat disimpulkan bahwa strategi supplication tidak sesuai untuk digunakan dalam manajemen kesan saat seorang MC menjalankan tugasnya. Dalam konteks formal, lebih baik bagi seorang MC untuk menunjukkan etika, profesionalisme, dan ketangguhan, daripada meminta simpati dari audiens. Hal ini penting untuk menjaga kredibilitas dan kepercayaan audiens terhadap perannya. Strategi intimidation digunakan secara positif untuk mendapatkan perhatian audiens tanpa merusak hubungan, seperti memberikan instruksi dengan nada yang tegas tetapi ramah. Dari analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi intimidation dapat digunakan secara efektif oleh seorang MC untuk mendapatkan perhatian dan kepatuhan audiens, asalkan dilakukan dengan cara yang positif dan tidak merusak hubungan. Baik Dr.

Laely maupun Yudhit menunjukkan bahwa penting untuk menggabungkan ketegasan dengan sikap ramah agar suasana tetap kondusif dan profesional.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada Allah SWT atas segala rahmat dan ridho-Nya. Ucapan terima kasih yang tulus juga saya sampaikan kepada Yth. Prof. Dr. H. Edi Setiadi, SH., MH., selaku Rektor Universitas Islam Bandung; Yth. Prof. Dr. Atie Rachmatie, Dra., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung; serta Yth. Dr. Ani Yuningsih, Dra., M.Si., selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, atas dukungan dan kesempatan yang diberikan dalam menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Ferry Darmawan, S.Sos., M.Ds., selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran telah membimbing dan membagikan ilmunya hingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya juga berterima kasih kepada seluruh Dosen Fikom Unisba, yang telah memberikan ilmu serta dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini. Rasa syukur mendalam saya sampaikan kepada Ibunda tercinta, yang merupakan pintu surga dan panutan hidup saya—sosok perempuan kuat, penyayang, dan penuh kesabaran. Terima kasih atas kasih sayang, semangat, ridho, serta doa yang selalu menyertai setiap langkah saya dalam mewujudkan harapan kita bersama. Untuk Babeh, cinta pertama saya, terima kasih atas perjuangan dan ketekunan yang selalu menjadi inspirasi untuk terus berjuang tanpa takut menghadapi tantangan. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada Enin dan Om, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi hingga saya mampu menyelesaikan studi ini. Kepada sahabat-sahabat terbaik saya, Astri, Sarry, Yuki, Bila, dan Fasya, terima kasih telah mengisi masa perkuliahan dengan cerita indah serta memberikan dukungan dan motivasi dalam menyusun penelitian ini. Untuk Eceuku Shaffa, yang selalu ada dalam setiap langkah perjalanan ini, baik di saat suka maupun duka, terima kasih telah menjadi teman sejati yang bisa diandalkan—dan tetap ingat, meski dompet krisis, jajan always number one! Terakhir, untuk Lolenku dan Nongnya, yang selalu berhasil menghibur dan mencerahkan hari-hari di tengah keruwetan dunia, terima kasih atas inspirasi dan kebahagiaan yang kalian bagikan. Semoga kita bisa segera bertemu!

Daftar Pustaka

- Agustin, E. S., & M. E. Fuady. (2024). Opini Organisatoris Lembaga Kemahasiswaan Mengenai Putusan Mahkamah Konstitusi. *Jurnal Riset Public Relations*, 95–100. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i2.5039>
- Dhinia Trisepta Pitaloka, & Sophia Novita. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Event terhadap Partisipasi dalam Pengembangan Geopark. *Jurnal Riset Public Relations*, 115–122. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v4i2.5474>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Harba, I. (2023).
- Isnanto, R. R. (2009). *Buku ajar etika profesi*.
- Jones, E. E., & Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. *Psychological Perspectives on the Self*, 1, 231–262.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107(1), 34–47.
- Lestari, N. (2020). *Manajemen pengelolaan kesan oleh master of ceremonies*.
- Picone, I. (2015). Impression management in social media. In *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society* (pp. 1–7). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118767771.wbiedcs071>

- Rijal Fadli, M. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humaniora*, 21(1), 33–54.
<https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Schlenker, B. R. (1980). *Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Brooks/Cole Publishing.
- Siagian, A. I. (2021). *Impression management theory (IMT)*