

IMPRESSION MANAGEMENT

PEJABAT PUBLIK DALAM MEDIA SOSIAL

Analisis Isi Kualitatif Deskriptif Pengelolaan Kesan Walikota Bandung Ridwan Kamil Melalui Unggahan Foto dan Video dalam Akun *Instagram* @ridwankamil



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika

Oleh:

ULFAH NURUL ISLAM

L 100 130 022

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**IMPRESSION MANAGEMENT
PEJABAT PUBLIK DALAM MEDIA SOSIAL**

Analisis Isi Kualitatif Deskriptif Pengelolaan Kesan Walikota Bandung Ridwan Kamil Melalui Unggahan Foto dan Video dalam Akun *Instagram* @ridwankamil

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

ULFAH NURUL ISLAM

L100130022

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Rina Sari Kusuma, M.I.Kom

NIK. 1103

HALAMAN PENGESAHAN

IMPRESSION MANAGEMENT
PEJABAT PUBLIK DALAM MEDIA SOSIAL

Analisis Isi Kualitatif Deskriptif Pengelolaan Kesan Walikota Bandung Ridwan Kamil Melalui Unggahan Foto dan Video dalam Akun *Instagram* @ridwankamil

OLEH
ULFAH NURUL ISLAM

L 100 130 022

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 29 Maret 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Rina Sari Kusuma, M.I.Kom
(Ketua Dewan Penguji)
2. Agus Triyono, M.Si
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Yudha Wirawanda, MA
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)

Dekan,

Fakultas Komunikasi dan Informatika



Nurdiyatna, ST., Ph.D

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 10 April 2018

Penulis



The image shows a handwritten signature in black ink. The signature is stylized and appears to read 'Ulfah Nurul Islam'. Below the signature, the name 'ULFAH NURUL ISLAM' is printed in a bold, sans-serif font.

ULFAH NURUL ISLAM

L100 130 022

IMPRESSION MANAGEMENT PEJABAT PUBLIK DALAM MEDIA SOSIAL

Analisis Isi Kualitatif Deskriptif Pengelolaan Kesan Walikota Bandung Ridwan Kamil Melalui Unggahan Foto dan Video dalam Akun *Instagram* @ridwankamil

ABSTRAK

Pengelolaan kesan sangat umum digunakan pada saat ini, terutama pengelolaan kesan yang dilakukan melalui media sosial seperti *Instagram*. *Instagram* memiliki daya tarik untuk pengelolaan kesan karena didalamnya terdapat fitur *hashtag* dan *like*. Pengelolaan kesan ini dapat dilakukan oleh siapa saja, termasuk pejabat publik seperti Ridwan Kamil sebagai walikota Bandung. Karena dia merupakan pejabat publik yang paling aktif menggunakan media sosial. Penelitian ini dilakukan guna menganalisis pengelolaan kesan oleh Ridwan Kamil melalui media sosial *Instagram* @ridwankamil. Metode analisis isi kualitatif deskriptif digunakan untuk menganalisis 77 unggahan pada akun *Instagram* Ridwan Kamil, yang merupakan unggahan pada 100 hari masa awal pemerintahannya sebagai walikota, karena masa tersebut merupakan masa yang paling tepat untuk melakukan pengelolaan kesan. Penelitian ini menemukan bahwa Ridwan Kamil menggunakan semua taktik milik Jones & Pittman (1982), namun tidak pada semua tindakan dalam taktik tersebut. Sedangkan taktik yang paling sering digunakan adalah *Ingratiation* dan *Self Promotion*, karena kedua taktik tersebut merupakan perpaduan terbaik untuk membuat dirinya nampak menarik, baik hati, cerdas dan kompeten sebagai seorang walikota Bandung.

Kata kunci : Pengelolaan kesan, Ridwan Kamil, *instagram*, analisis isi

ABSTRACT

Impression Management commonly used by the people today, especially through in social media like in *Instagram*. *Instagram* has an appeal for impression management because it includes *hashtag* and *like* features. This impression management can use by anyone, including public official Ridwan Kamil as the mayor of Bandung city. Because he is the most active public official who using social media. This study was conducted to analyze impression management through social media *Instagram* @ridwankamil. Qualitative descriptive analysis content method used to analyzing 77 post on Ridwan Kamil's *Instagram* account. It was uploaded in 100 days in his early reign as a mayor, because at that time was the most perfect time to do impression management. The study found that Ridwan Kamil use all the tactics by Jones & Pittman (1982) of impression management, but not for the actions in that tactics. The most used tactics are *Ingratiation* and *Self Promotion*, because these tactics are the best combination to make him look attractive, kind, intelligent, and competent as a mayor of Bandung city.

Keywords : Impression management, Ridwan Kamil, *Instagram*, content analysis

1. PENDAHULUAN

Social Network Sites (SNS) merupakan layanan berbasis web yang memungkinkan seseorang melakukan minimal 3 layanan sekaligus, seperti mengonstruksikan profil publik dalam sebuah sistem, menghubungkan dengan daftar pengguna lainnya, dan melihat atau melintasi daftar koneksi yang dibuat orang lain dalam sebuah sistem (Boyd & Ellison, 2008). SNS dapat digunakan sebagai sarana komunikasi selain telepon, surat, maupun fax, karena fungsinya yang sangat kompleks, SNS juga dapat digunakan untuk mencari informasi, atau sekedar membagikan informasi dan kegiatan sehari-hari. Terdapat berbagai macam SNS yang dapat digunakan seperti *Facebook, Twitter, Path, Instagram*, dll. Macam-macam SNS itulah yang biasa kita kenal sebagai Media Sosial.

Indonesia tercatat memiliki 130 juta pengguna media sosial aktif pada 2018 mengacu pada laporan dari laman *wearsocial.com* Rabu (31/1/2018). Media sosial dengan pengguna paling aktif yakni *YouTube, Facebook, Instagram*, dan *Twitter*. Rata-rata masyarakat Indonesia pun tercatat menghabiskan waktu tiga jam 23 menit dalam sehari untuk mengakses media sosial dari gawai. Kemudian, terdapat dua jam 45 menit dalam sehari untuk menonton video secara *streaming* dan *video on demand* seperti pada saluran *YouTube*. Terakhir rata-rata pengguna internet di Indonesia menggunakan waktunya selama satu jam 19 menit untuk mendengarkan musik. Secara total, rata-rata pengguna internet menghabiskan waktu delapan jam 51 menit dalam sehari di dunia maya (Ariyanti, 2018).

Media sosial sebagai sarana interaksi merupakan salah satu wadah untuk mengungkapkan diri di hadapan orang lain, karena fungsi inilah memunculkan sikap *Impression Management* atau pengelolaan kesan. Pengelolaan kesan pertama kali ditemukan dan dikembangkan oleh Erving Goffman pada tahun 1959, melalui bukunya yang diberi judul "*The Presentation of Self in Everyday Life*". Dalam bukunya, Goffman berpendapat bahwa pengelolaan kesan seperti sebuah dramaturgi, dimana seorang tokoh atau aktor dibentuk dan dipengaruhi oleh peran, lingkungan dan penontonnya. Tujuannya adalah untuk membentuk sebuah kesan sesuai dengan peran tokoh tersebut yang kemudian ditunjukkan kepada para penonton. Kehidupan sehari-hari yang dilakukan oleh seseorang

diibaratkan seperti sebuah panggung drama dan ia menjadi seorang aktor di dalamnya serta saling berinteraksi dengan para aktor lainnya. Bahkan tak jarang pula mereka melakukan pengelolaan kesan secara tidak sadar karena tuntutan lingkungan sosial (Goffman, 1959).

Media sosial memungkinkan seseorang melakukan pengelolaan kesan karena mengizinkan penggunanya untuk mengkonstruksikan atau mempresentasikan diri sesuai yang diinginkan dengan berbagai tingkatan yang berbeda (Boyd & Ellison, 2008). Selain itu media sosial lebih efektif dan meninggalkan kesan mendalam pada orang lain. Satu unggahan yang mengandung pengelolaan kesan dapat dilihat oleh banyak orang, ratusan bahkan ribuan orang yang tergabung dalam suatu sistem, dalam hitungan menit bahkan detik. Perilaku pengelolaan kesan yang dilakukan di media sosial dapat ditunjukkan melalui melalui profil, foto, status, video, *caption* atau keterangan gambar, maupun unggahan lainnya.

Salah satu media yang tepat untuk digunakan dalam mempresentasikan diri adalah *Instagram* karena melalui satu akun *Instagram* seseorang dapat membagikan foto dan video yang sekaligus disertai keterangan gambar. *Instagram* memberikan pilihan yang beragam untuk penggunanya. Seseorang dapat meninggalkan komentar dan *like* pada unggahan orang lain serta memiliki fitur *#hashtags*. Motivasi umum orang-orang menggunakan *Instagram* sebagai media pengelolaan kesan karena memberi efek yang lebih aktif untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Papacharissi & Rubin, dalam Ting 2014). Selain itu, media sosial *Instagram* memiliki pengguna sebanyak 53 juta asal Indonesia atau setara 20% dari total populasi penduduk. Dilihat dari jenis kelaminnya, jumlah lelaki lebih besar yakni 51% dan perempuan pengguna *Instagram* sebesar 49% (Ariyanti, 2018).

Sadar atau tidak sebagian besar orang telah melakukan pengelolaan kesan dalam kehidupan sehari-hari. Khususnya pada seseorang yang memiliki peran atau profesi yang berhubungan dengan masyarakat seperti seorang pejabat publik. Menurut Pasal 1 Angka 8 UU No. 14 Tahun 2008 yang berisi tentang Keterbukaan Informasi Publik, pejabat publik adalah orang yang ditunjuk dan

diberi tugas untuk menduduki posisi atau jabatan tertentu pada badan publik. Sebagai seorang yang mempunyai posisi di hadapan publik salah satu tugas utama dari pejabat publik adalah melayani kepentingan orang banyak, karena tugas inilah pejabat publik dituntut memiliki karakter yang baik dan dapat dijadikan panutan. Pada umumnya mereka ingin dikenal sebagai orang yang bersahabat, pintar, dan memiliki moral yang bagus.

Salah satu pejabat publik di Indonesia yang dikenal aktif menggunakan media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, dan *Instagram* adalah Ridwan Kamil. Ia adalah walikota Bandung, Jawa Barat dengan masa jabatan 2013 - 2018. Dalam akun *twitter*-nya ia telah men-*twitt* sebanyak 41,1 ribu kali dan diikuti oleh 2,97 juta pengikut. Sedangkan dalam akun *Instagram*-nya ia telah mengunggah sebanyak 4.574 gambar dan diikuti oleh 7,6 juta pengikut. Ridwan Kamil juga dikenal sebagai tokoh yang paling aktif via *Instagram* melebihi Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo (@ganjar_pranowo) dengan 952 unggahan dan 401 ribu pengikut, melebihi Gubernur DKI Jakarta, Sandiaga Uno (@sandiagauno) dengan 1,733 unggahan dan 1 juta pengikut, bahkan melebihi Presiden RI, Joko Widodo (@jokowi) dengan unggahan sebanyak 461 gambar dan 7,5 juta pengikut. Melalui media sosial Ridwan Kamil membentuk pengelolaan kesan dan mempengaruhi persepsi orang lain terhadap dirinya. Hal tersebut terbukti atas kemenangannya dalam pemilihan walikota Bandung tahun 2013 silam. Di kalangan pegiat kreativitas Kota Bandung, dalam beberapa tahun terakhir dia cukup terkenal. Selain itu, tim suksesnya cukup solid dan berhasil meraih simpati kaum muda melalui kampanye via jejaring sosial, baik itu melalui *Twitter*, *FB*, dan juga video animasi yang diunggah nya ke *Youtube* cukup unik sehingga banyak diakses anak muda (Abdullah, 2013).

Penelitian sebelumnya pada tahun 2017, Jung, dkk. melakukan riset pengelolaan kesan dengan judul *Politician's Strategic Impression Management on Instagram*. Penelitian tersebut berisi tentang perkembangan tren penggunaan *Instagram* di kalangan politisi. Penelitian ini mengkaji efek dari dua gaya pengelolaan kesan, personilisasi dan interaktivitas dari sisi persepsi politisi dan niat pilihan suara mereka dalam konteks *Instagram*. Hasil dari eksperimen ($n =$

120) menunjukkan bahwa presentasi kehidupan publik dari seorang politisi memiliki efek yang lebih positif pada persepsi karakter, dibandingkan dengan kehidupan pribadi. Selanjutnya, dengan menggunakan gaya yang interaktif di *Instagram* memiliki efek yang lebih positif pada persepsi karakter dibanding dengan kurangnya interaktivitas. Akhirnya resepsi karakter telah ditemukan untuk menjadi mediator sebagai efek personalisasi dan interaktivitas niat pilihan suara. Implikasi teoritis sehubungan dengan pengelolaan kesan di media sosial serta implikasi praktis untuk keterlibatan politiklah yang dibahas dalam penelitian ini. Selain itu pada tahun 2014 dalam penelitian yang berjudul *Impression Management Agnes Monica Melalui Akun Instagram (@agnezmo)* yang dilakukan oleh Alim, mengkaji tentang strategi pengelolaan kesan yang dilakukan Agnes Monica dalam akun Instagramnya. Agnes Monica sendiri adalah seorang penyanyi, artis dan bintang iklan di Indonesia. Ia memiliki pengaruh dan selalu menjadi perbincangan publik, dan perhatian media sosial. Oleh karena itu, sangat penting baginya untuk memiliki kesan yang baik, termasuk melalui *Instagram*. Peneliti menggunakan metode analisis isi kuantitatif untuk menganalisa 45 foto *Instagram* Agnes Monica, yang ada pada tanggal 1 Februari 2014 - 1 April 2014. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Agnes Monica hanya menggunakan strategi manajemen kesan meliputi, *ingratiation*, *self promotion*, dan *supplication*. Strategi management kesan yang paling sering digunakan Agnes Monica adalah *ingratiation* dan *self promotion* yang membuatnya terlihat baik, menarik dan kompeten.

Berdasarkan beberapa paparan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengelolaan kesan Ridwan Kamil dalam media sosial *Instagram*? Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesimpulan tentang bagaimana pengelolaan kesan yang dilakukan Ridwan Kamil dalam akun *Instagram* @ridwankamil. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitian dengan tema yang sama.

2. METODE

Fokus utama dalam penelitian ini menggunakan konsep Pengelolaan Kesan milik Erving Goffman (1959) yang memaparkan bahwa pengelolaan kesan adalah kebutuhan seseorang dalam memperkenalkan dirinya sebagai individu yang dapat diterima orang lain. Serta menggunakan lima kelas strategi dalam melakukan pengelolaan kesan yang terdiri dari Promosi Diri, Ingratiasi, Intimidasi, Suplikasi dan Eksemplifikasi yang diperkenalkan oleh Jones & Pittman (1982).

Di dalam penelitian ini akan menggunakan metode penelitian analisis isi kualitatif deskriptif dengan cara mendokumentasi unggahan foto dan video di akun *Instagram* @ridwankamil. Metode analisis isi sendiri adalah pendekatan penelitian yang menggunakan rangkuman hasil penelitian dan interpretasi data dari pada hanya menggunakan kata-kata atau metode kualitatif lainnya. Menggunakan metode penelitian deduktif yang berasal dari penelitian sebelumnya. Metode analisis isi bersifat sistematis dan transparan (Ahuvia dalam Drisko & Maschi, 2016). Menurut Jane dalam Drisko & Maschi (2016), metode penelitian analisis ini merupakan metode yang fleksibel. Sebuah metode yang dapat meneliti kunci utama dari sebuah penelitian, subjek dan objek dari sebuah teks, dan metode yang digunakan untuk meneliti penelitian ini. Hasil dari penelitian ini biasanya dituliskan atau diresume dalam sebuah tulisan, namun tidak menutup kemungkinan bahwa beberapa informasi tersebut bisa hilang di akhir penelitian. Sedangkan kualitatif deskriptif memiliki tujuan untuk meringkas secara komprehensif peristiwa yang terjadi setiap hari dalam sebuah penelitian. Peneliti yang melakukan studi kualitatif deskriptif mengamati peristiwa yang mungkin terjadi. Desain dari penelitian kualitatif deskriptif biasanya merupakan kombinasi pilihan yang bersifat rasional yang berkombinasi dengan sample, kumpulan data, dan teknik representasi. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan metode yang menjadi pilihan ketika meneliti deskripsi dari sebuah fenomena yang diinginkan (Sandelowski, 2000).

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu sampling yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria khusus yang telah ditentukan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian

(Kriyantono dalam Mala 2016). Di dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil unggahan foto dan video dari akun *Instagram* @ridwankamil dari tanggal 16 September sampai 15 Desember tahun 2013. Alasan pengambilan sampling tersebut dikarenakan tepat 100 hari masa awal kepemimpinan Ridwan Kamil menjadi walikota Bandung, terhitung sejak tanggal 16 September 2013 ia dilantik oleh Ahmad Heryawan, Gubernur Jawa Barat (Madani, 2013). Walaupun dari awal kemunculan nama Ridwan Kamil telah dicintai oleh masyarakat karena ia tidak masuk ke dalam partai politik dan merupakan tokoh harapan kaum muda, 100 hari masa awal kepemimpinan tetaplah menjadi masa sorotan. Di saat itulah waktu yang paling tepat untuk seorang pemimpin menunjukkan dirinya yang terbaik, 100 hari pertama dianggap cerminan dari 5 tahun masa pemerintahan berikutnya. Maka dari itu waktu tersebut paling cocok untuk meneliti pengelolaan kesan yang dilakukan oleh Ridwan Kamil.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Berdasarkan hasil dari pengkategorisasian secara deduktif, yaitu menggunakan penelitian yang sudah ada sebelumnya, menyatakan bahwa Ridwan Kamil menggunakan lima strategi pengelolaan kesan oleh Jones dan Pittman (1982). Lima strategi tersebut, antara lain; Ingratiasi, Intimidasi, Promosi Diri, Eksemplifikasi, dan Suplikasi.

Data yang diambil dalam penelitian ini adalah unggahan Ridwan Kamil dalam 100 hari awal masa pemerintahannya. Terhitung sejak tanggal 16 September sampai 15 Desember 2013 terdapat 77 unggahan yang kemudian dikelompokkan dalam tabel berikut : Tabel. 3.1

No .	Tema Besar	Tindakan	Jumlah Tindakan	Jumlah Satu Tema
1.	Ingratiasi	<i>Favor Doing</i> (Melakukan Kebaikan)	16	29
		<i>Self Enhancement</i> (Meningkatkan Diri)	3	

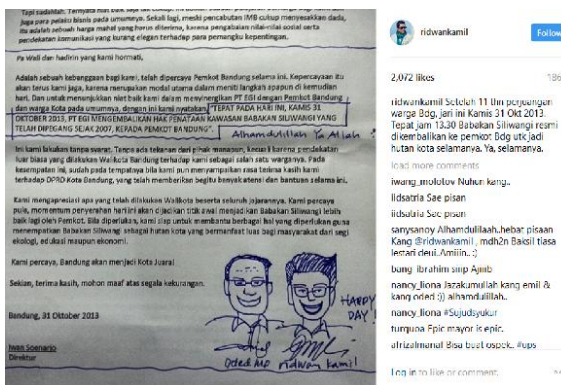
		<i>Other Enhancement</i> (Meningkatkan Orang Lain)	6	
		<i>Opinion Conformities</i> (Menyesuaikan Pendapat)	4	
2.	Intimidasi	<i>Threats</i> (Ancaman)	0	3
		<i>Anger</i> (Amarah)	3	
3.	Promosi Diri	<i>Performance Claims</i> (Klaim Kinerja)	7	22
		<i>Performance Accounts</i> (Akun Kinerja)	15	
4.	Eksemplifikasi	<i>Self Denial</i> (Penyangkalan Diri)	0	19
		<i>Helping</i> (Menolong)	7	
		<i>Militancy</i> (Militansi)	12	
5.	Suplikasi	<i>Self Deprecation</i> (Depresi Diri)	4	4
		<i>Entreaties for Help</i> (Meminta Bantuan)	0	
Total			77	

Merupakan tindakan yang bertujuan untuk mendapatkan kecocokan dan menjadi yang orang lain sukai (Jones & Pittman, 1982). Dilakukan dengan cara memuji diri sendiri dan orang lain agar terlihat menarik, melakukan hal baik dengan memberi bantuan dan hadiah serta mendukung pendapat orang lain, serta menutupi kelemahan dengan cara menonjolkan kelebihan (Alim, 2014). Sedangkan dalam taktik ingratiasi terdapat beberapa tindakan antara lain:

Membantu orang lain dengan melakukan sesuatu untuk mereka. Dengan melakukan hal ini, seseorang akan dianggap sebagai orang yang ramah, tenggang rasa dan peduli terhadap orang lain (Gouldner dalam Alim, 2014). Contoh unggahan yang mencerminkan *favor doing* antara lain :



Gambar. 3.1 Jumlah kumpulan masalah2 Bdg yg setebal bantal. Semoga 2018 tinggal beberapa lembar.Amin.



Gambar. 3.2 Setelah 11 thn perjuangan warga Bdg, hari ini Kamis 31 Okt 2013. Tepat jam 13.30 Babakan Siliwangi resmi dikembalikan ke pemkot Bdg hutan kota selanjutnya Ya, selamanya.

Gambar. 3.1 Ridwan Kamil mengunggah buku kumpulan masalah Bandung yang belum terselesaikan. Di awal kepemimpinan Ridwan Kamil ini, sudah ada buku inventaris permasalahan yang ada di kelurahan dan kecamatan wilayah kota Bandung (judul cover), yang merupakan permasalahan yang sudah ada di periode kepemimpinan sebelumnya. Dan sudah menjadi tugas Walikota berikutnya untuk menyelesaikan masalah yang ada.

Seperti sifat tindakan *Favor Doing*, Ridwan Kamil membantu orang lain dengan melakukan sesuatu untuk mereka. Menunjukkan bahwa ia akan menyelesaikan masalah yang setebal bantal menjadi lembaran, seperti yang ia katakan pada keterangan gambar di atas. Dengan meleakukan hal tersebut ia akan dianggap sebagai Walikota yang ramah dan peduli kepada masyarakatnya.

Sedangkan pada **Gambar. 3.2**, dalam tulisan yang ditandai menyatakan bahwa “Tepat pada hari ini, Kamis 31 Oktober 2013, PT. EGI mengembalikan hak penataan kawasan Babakan Siliwangi yang dipegang sejak 2007, kepada PEMKOT Bandung”. Terdapat pula gambar tangan dua orang yang sedang tersenyum, gambar itu menggambarkan walikota Ridwan Kamil sebelah kanan dan wakilnya Oden M Danial sebelah kiri yang bahagia karena misinya tercapai.

Salah satu perjuangan warga Bandung selama 11 tahun telah tercapai (terdapat pada keterangan gambar). Hal tersebut merupakan salah satu bantuan yang ia berikan kepada masyarakatnya. Dengan salah satu misi yang sukses, ia akan dikenal sebagai Walikota yang baik dan dapat mewujudkan harapan masyarakat, mendapat kesan yang baik sesuai dengan tindakan *Favor Doing*.

Schlenker dalam Alim (2014) menyatakan bahwa melakukan *self enhancement* dilakukan dengan memuji diri sendiri dengan cara menerima kekurangan dan menutupinya, memperbaiki dan bahkan menonjolkan kelebihan. Hal tersebut dilakukan agar terlihat menarik. Contoh unggahan yang mencerminkan *self enhancement* antara lain :



Gambar. 3.3 Bersama pak wakil walikota di persiapan pelantikan.



Gambar. 3.4 *Happy Friday everyone*

Pada **Gambar. 3.3** terdapat foto walikota Ridwan Kamil beserta wakilnya Oden M Danial dalam balutan seragam dinas. Terdapat pula keterangan gambar “Bersama pak wakil walikota di persiapan pelantikan”. Mengenakan seragam dinas merupakan wujudan dari seseorang yang mengerjakan amanah sesuai dengan pekerjaannya. Dengan postur tubuh tegak dan senyum di wajah ia memperlihatkan keramahan seorang pemimpin masa depan yang sebentar lagi akan dilantik.

Sedangkan pada gambar **Gambar. 3.4** Ridwan Kamil menunjukkan kepercayaan dirinya terbukti dengan foto close up dengan angle terbaiknya yang diunggah di hadapan ribuan pengikutnya di *Instagram*. Selain itu melipat tangan juga dapat diartikan dengan tindakan defensif, yang berarti ia akan siap menghadapi perannya yang membutuhkan banyak tanggung jawab di masa yang akan datang. Kemudian senyum di wajahnya dapat diartikan bahwa Ridwan Kamil merupakan seseorang yang ramah dan seseorang yang positif yang dapat diartikan juga sebagai sifat optimis. Hal tersebut dikuatkan lagi dengan sapaan “*Happy Friday everyone*” pada keterangan gambarnya.

Kedua unggahan di atas menampilkan sosok terbaik Ridwan Kamil sebagai seorang walikota. Sesuai dengan tindakan *self enhancement* dimana ia memuji diri sendiri dengan cara menerima kekurangan dan menutupi kekurangannya. Fokus kedua unggahan di atas adalah menonjolkan kelebihan dengan apa yang ia miliki dan dapat ia perlihatkan pada masyarakat, bahwa ia

adalah seorang Walikota yang dapat dipercaya dengan semua kepercayaan diri, tugas, keramahan dan sifat optimisnya.

Salah satu tindakan untuk mendapatkan dukungan adalah dengan memberikan pujian dan apresiasi kepada orang lain. Contoh unggahan yang mencerminkan *other enchancement* antara lain :



Gambar. 3.5 Peluncuran buku “Ujung Berung Rebels”. *A story of the heaviest metal in Indonesia*. Karya @kimun666



Gambar.3.6 Dear Atalia, thank you for 17 wonderful years. Let's grow old together. Happy Anniversary.

Gambar. 3.5 Ridwan Kamil mengunggah foto bersama rekan-rekannya. Dalam foto tersebut mereka terlihat akrab dengan duduk berjejer bersama-sama dan senyuman pada wajah mereka. Selain itu kekompakan juga terlihat dengan sama-sama mengenakan baju hitam. Pada keterangan gambar Ridwan Kamil juga menuliskan “Peluncuran buku “Ujung Berung Rebels”. *A story of the heaviest metal in Indonesia*. Karya @kimun666” yang bermakna ia

mengapresiasi karya dari seorang temannya yang bertema metal, maka dari itu ia dan temannya memakai baju hitam. Ridwan Kamil memberikan pujian kepada temannya yang baru saja menerbitkan sebuah buku, sebuah pencapaian karya dan menandainya dalam unggahan *Instagram*-nya, yang mana dapat dilihat oleh ribuan pengikutnya dan dapat juga sebagai ajang mempromosikannya.

Kemudian pada **Gambar. 3.6** Ridwan Kamil mengunggah foto portrait istrinya yang sedang tersenyum di sebelah mural yang berwarna-warni. Menampilkan sosok ibu walikota yang cantik di sebelah mural yang berwarna warni. Mural sendiri bisa diartikan sebagai sebuah karya seni yang imajinatif, merupakan karya dan simbol komunikasi masyarakat yang dituangkan dalam bentuk coretan gambar pada dinding yang dapat dilihat orang banyak.

Kebahagiaan dan rasa terima kasih Ridwan Kamil yang amat besar kepada istrinya ditunjukkan pada unggahan di atas. Sebuah kecantikan hati dan paras yang sangat terlihat. Ridwan Kamil memuji dengan kata-kata yang romantis seperti pada keterangan gambar yang ia tulis. *“Dear Atalia, thank you for 17 wonderful years”* dan *“Happy Anniversary”* Ridwan Kamil menyanjung dan berterima kasih pada sang istri, Atalia yang telah menemaninya selama belasan tahun. Serta kalimat *“17 wonderful years. Let’s grow old together”* menunjukkan bahwa selain menjadi seorang walikota ia juga merupakan seorang suami yang setia kepada sang istri dan tak pernah lupa akan jasa dan dukungan sang istri dibalik kesuksesannya. Dan berharap akan terus berlanjut ditahun-tahun berikutnya sampai mereka tua bersama.

Memberikan pujian kepada orang lain sesuai dengan tindakan *other enchancement*. Dimana seseorang memuji keberhasilan dan berterima kasih kepada orang lain untuk menonjolkan sisi lain dirinya. Unggahan di atas untuk menunjukkan bahwa Ridwan Kamil adalah seorang teman serta suami yang baik yang tidak segan memberikan apresiasi kepada orang lain. Membuat dirinya tampak sebagai pribadi yang baik dan perhatian

Menyetujui pendapat orang lain yang ada di sekitar masyarakat, contohnya dengan melakukan apa yang dilakukan orang lain pada umumnya.

Selain tindakan yang disetujui oleh publik seseorang juga bisa menyetujui opini yang datang dari posisi yang lebih tinggi dari dirinya. Contoh unggahan yang mencerminkan *opinion conformities* :



Gambar. 3.7 #ReboSunda. Barudak Bandung kararasep nganggo iket Sunda.



Gambar.3. 8 #JumatBers sepeda & #PersibDay. Cag!

Gambar. 3.7 menunjukkan sekumpulan pemuda yang menggunakan ikat kepala. Ikat kepala di Bandung merupakan aksesoris adat kaum laki-laki di sunda. Selain itu mereka mengacungkan jempol yang bermakna bagus dalam komunikasi nonverbal. Senyum dalam gambar tersebut menunjukkan kesukacitaan anak-anak muda dalam rangka #ReboSunda. #ReboSunda sendiri adalah salah satu program kerja Ridwan Kamil untuk generasi muda Bandung agar melestarikan adat sunda setiap hari Rabu. Salah satu keanekaragaman Indonesia adalah banyaknya suku adat di berbagai wilayah dan Ridwan Kamil ingin mempertahankan adat sunda sebagai ciri khas kota Bandung. Hal tersebut juga terlihat pada keterangan gambar yang ditulis dengan bahasa sunda,

“#ReboSunda. Barudak bandung kararasep nganggo iket Sunda” yang berarti *anak-anak bandung terlihat ganteng menggunakan ikat kepala sunda*.

Selain dikenal dengan adat sunda-nya, Bandung juga dikenal dengan tim sepak bola PERSIB Bandung. **Gambar. 8** Ridwan Kamil mengenakan berbagai macam atribut PERSIB dan Berwarna biru, yang merupakan warna kebanggaan tim sepak bola tersebut. Ridwan Kamil juga membawa syal bertuliskan I ♥ PERSIB serta keterangan gambar “#PersibDay. Cag!” yang berarti *#HariPersib. Inget!* sebagai bentuk dukungannya. Ridwan Kamil juga membawa sepeda berwarna biru di depannya. Karena bertepatan dengan hari Jum’at yang mana salah satu program kerjanya adalah #JumatBersepeda untuk mengurangi polusi kendaraan dan menyehatkan badan para warga.

Kedua foto diatas menunjukkan sikap yang menyetujui opini yang ada di masyarakat. Seperti tindakan dalam strategi *opinion conformities*. Ridwan Kamil menunjukkan bahwa ia adalah orang Sunda yang menyetujui kekayaan adat dan juga mendukung tim sepak bola Persib Bandung seperti warga Bandung agar mendapat dukungan yang lebih besar dari masyarakat.

Seseorang melakukan upaya-upaya yang membuatnya terlihat berbahaya dan harus diwaspadai. Menimbulkan rasa kuatir dan takut pada lawan dengan cara memberikan peringatan atau ancaman, memamerkan kekuasaan dan mengekspresikan amarah. Sebenarnya pada taktik intimidasi terdapat dua tindakan, yaitu *Threats* dan *Anger*, namun Ridwan Kamil hanya menggunakan tindakan *Anger* di dalam unggahannya. *Anger* sendiri merupakan tindakan yang memperlihatkan kemarahannya dengan mengekspresikannya melalui tindakan. Mengisyaratkan bahwa ia seorang yang tidak dapat dianggap remeh. Contoh unggahan yang mencerminkan *anger* :



Gambar. 3.9 Mergokin manusia perak yg dtg mengemis di dago dgn motornya.
It's a fraud. Do not give them.



Gambar. 3.10 Mergokin pengemis yang pura2 buntung dg melipat kaki kanannya.
 Pendapatan 200 ribuan per hari. Jangan terkelabui dan jangan memberi kpda mereka.

Pada **Gambar. 3.9** terlihat dua gambar orang, sebelah kiri adalah Ridwan Kamil yang menaiki sepeda dan Manusia perak yang menaiki motor. Dalam unggahan tersebut menceritakan Ridwan Kamil yang sedang berpatroli menggunakan sepedanya menjumpai pengemis manusia perak yang datang ke daerah Dago untuk mengemis. Terlihat dalam unggahan tersebut manusia perak sedang menjelaskan sesuatu dengan gerakan tangan seperti sedang menunjukkan arah. Dalam unggahan tersebut si Manusia perak menggunakan motor yang berarti ia adalah seseorang yang mampu dalam financial/perekonomian, namun malah berpura-pura sebagai pengemis dan meminta uang dari masyarakat, bukannya bekerja dengan cara yang lebih baik. Hal tersebut membuat Ridwan Kamil marah dan memperingatkan pada orang-

orang bahwa tindakan tersebut adalah sebuah penipuan dan jangan pernah memberikan uang pada mereka. Tindakan tersebut juga ditegaskan pada keterangan gambar yang disertakan dalam unggahan di atas.

Hampir serupa dengan **Gambar. 9**, namun beda kasus pada **Gambar. 10** Ridwan Kamil juga memergoki pengemis yang berpura-pura kehilangan kaki kananya dan meminta-minta kepada warga. Dalam unggahan tersebut memperlihatkan seorang laki-laki baik jasmani sedang membuka celananya yang ia gunakan untuk menipu, berpura-pura sebagai pengemis berkaki buntung. Dalam foto tersebut juga nampak wajah seorang laki-laki yang memelas karena tertangkap basah oleh walikota. Pada keterangan gambar di atas Ridwan Kamil juga menegaskan agar orang-orang tidak mudah kasian dan tertipu, karena pengemis tersebut bisa mendapatkan 200 ribu per hari dengan tindakannya tersebut.

Tindakan *performance claims* dilakukan dengan cara memberikan pernyataan atau klaim atas kemampuan dan performanya secara langsung di hadapan orang lain (Alim, 2014). Contoh unggahan yang mencerminkan *performance claims* adalah:



Gambar. 3.11 Bandung awarded Kota Sehat Indonesia 2013. Alhamdulillah.

Still need to work hard for excellence in public health service.



Gambar. 3.12 Jl Kapatihan. *Before and After*. Mari kita jaga.

Gambar. 3.11 Ridwan Kamil mengunggah foto piala penghargaan kota Bandung Sehat 2013. Piala merupakan suatu simbol keberhasilan yang telah didapatkan, pencapaian prestasi atas usaha dalam suatu kompetisi. Mengunggah piala juga menunjukkan kesukacitaan terhadap pencapaiannya tersebut. Dalam keterangan gambar di atas Ridwan Kamil juga menuliskan “*Still need to work hard for excellence in public health service*” yang menggambarkan bahwa ia telah bekerja keras dan akan bekerja keras lagi dalam meningkatkan pelayanan kesehatan publik.

Sedangkan dalam **Gambar. 3.12** merupakan unggahan foto jalan Kapatihan sebelum dan sesudah masa pemerintahannya. Pada gambar di atas nampak jalan Kapatihan yang padat dan berantakan, karena digunakan sebagai pasar oleh pedagang dan masyarakat sekitar. Hal tersebut dapat menimbulkan kemacetan dan tata kota yang tidak rapi. Sedangkan gambar dibawahnya menunjukkan jalan Kapatihan yang telah dibenahi, sudah tertata dengan rapi dan tidak membuat macet. Jalanan nampak lenggang dan dapat menjadi akses jalan para warga yang lalu lalang. Penertiban tersebut merupakan salah satu program kerja Ridwan Kamil. Menertibkan sebuah pasar tidaklah mudah karena harus mengalokasikan para pedagang yang sudah berdagang di sana selama tahunan dan mengubah kebiasaan masyarakat yang biasanya berbelanja di sana. Namun pada **Gambar. 12** Ridwan Kamil dapat menangani kesulitan tersebut dan menata jalan Kapatihan sesuai fungsinya.

Kedua unggahan diatas sesuai dengan taktik *performance claim*, yang mana Ridwan Kamil mengklaim prestasi yang telah ia dapatkan selama

menjabat walikota, bahkan di awal masa kepemimpinannya. Menunjukkan kemampuannya di hadapan orang lain memperlihatkan kesan bahwa dirinya dapat menjadi walikota Bandung yang panutan dengan prestasi.

Sedangkan seseorang yang melakukan *performance accounts* dilakukan dengan cara memperlihatkan apa yang ada di sekitarnya sebagai bagian dari promosi dirinya (Alim, 2014). Contoh unggahan yang mencerminkannya antara lain:



Gambar. 3.13 Disaksikan Gub Jabar, penandatanganan kerjasama MoU Pemkot Bdg dan KPK untuk aktif me-ngawasi kinerja pemkot Bdg bebas kkn.



Gambar.3. 14 Menyambut Pak SBY di Bandung

Dalam **Gambar.3. 13** terdapat tiga foto laki-laki di dalamnya sedang tersenyum dan sepasang sedang menggenggam tangan. Ketiga orang tersebut adalah Gubernur Jawa Barat di sebelah kiri, tengah Ridwan Kamil dan kanan seorang perwakilan dari KPK. Gubernur Jawa Barat yang berdiri di pinggir merupakan saksi atas kerja sama antara pemkot yang diwakili Ridwan Kamil dengan seseorang dari KPK.

Senyuman dan genggam tangan pada unggahan tersebut menunjukkan keberhasilan dalam menjalin hubungan kerjasama Bandung bebas KKN seperti yang dituliskan dalam keterangan gambar “Disaksikan Gub Jabar, penandatanganan kerjasama MoU Pemkot Bdg dan KPK untuk aktif mengawasi kinerja pemkot Bdg bebas kkn.” Sedangkan Gubernur Jawa Barat sebagai saksi menegaskan bahwa ia juga memiliki hubungan baik dan program kerjanya didukung oleh atasan atau seseorang dengan jabatan lebih tinggi. Melalui foto tersebut ia menunjukkan lingkungan dan hubungan baik dengan Gubernur Jawa Barat dan KPK sebagai bentuk promosi profesionalitas kerja.

Sedangkan pada **Gambar. 3.14** Ridwan Kamil sedang menyambut kedatangan Susilo Bambang Yudhoyono yang saat itu merupakan presiden Republik Indonesia. Ridwan Kamil menyambut kedatangan Susilo Bambang Yudhoyono ke Bandung dengan senyuman dan jabat tangan yang memiliki arti bahwa mereka saling mengenal dan memiliki keakraban diantara keduanya.

Dalam kedua foto tersebut Ridwan Kamil memperlihatkan bahwa lingkungan disekitarnya bersama tokoh-tokoh terkemuka dan kerjasama dengan para ahli sebagai bentuk *permormance accounts*. Menunjukkan lingkungan disekitarnya merupakan bagian dari promosi diri yang memperlihatkan bahwa Ridwan Kamil adalah seorang yang kompeten dengan pekerjaannya sebagai walikota.

Melakukan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan rasa kagum dan hormat dari orang lain. Memperlihatkan bahwa ia adalah seorang yang berintegritas dan bermoral. Dilakukan dengan cara peduli terhadap orang lain dan masyarakat, jujur, disiplin, rela berkorban dan bertanggung jawab. Terdapat tiga tindakan dalam taktik ini, yaitu *self denial*, *helping* dan *militancy*, namun Ridwan Kamil hanya menggunakan *helping* dan *militancy* dalam unggahannya.

Ikut andil atau membantu orang lain. Menunjukkan bahwa dirinya peduli dengan keadaan yang ada di sekitarnya. Contoh unggahan yang mencerminkan *helping* :



Gambar. 3.15 Memulai program bedah rumah miskin di kampung2 kota Bandung. Thn ini utk 1500 unit. Ini rumah abah Pay di kel Campaka Andir.



Gambar. 3.16 Setiap minggu walikota dan wakil masing2 makan malam bersama dengan warga miskin kota. Ber-silahturahmi sambil mencoba memahami dan cari solusi problem mereka sekalian bagian menaikkan *Index of Happiness*.

Dalam taktik *helping* Ridwan Kamil menunjukkan keikutsertaannya dalam membantu seseorang atau keluarga tidak mampu dari masyarakat kota Bandung. Seperti dalam **Gambar. 15** Ridwan Kamil menunjukkan bantuannya pada orang miskin yang rumahnya terpilih sebagai penerima bantuan program bedah rumah seperti dalam keterangan gambar di atas. Pada gambar tersebut, bantuan ditunjukkan dengan perbaikan rumah seorang lelaki tua bernama Abah Pay dan akan terus berlanjut untuk 1500 unit rumah pada tahun 2013.

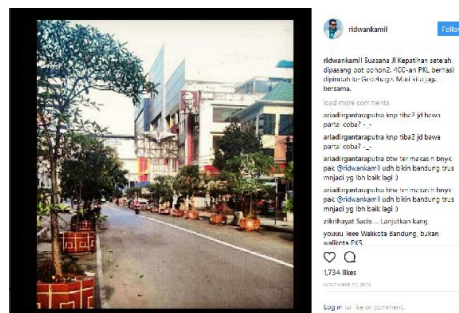
Latar belakang rumah yang sedang diperbaiki menunjukkan progress program kerja *Index of Happiness*, yang sedang Ridwan Kamil lakukan. Dan salah satunya memperbaiki rumah warga miskin. Terdapat seorang laki-laki lanjut usia di depannya, menunjukkan bahwa ia adalah pemilik rumah yang

sedang diperbaiki tersebut yang bernama Abah Pay seperti dalam keterangan **Gambar 3.15**. Menggunakan kursi roda menunjukkan bahwa ia sedang tidak sehat, dan pakaian lusuh menunjukkan bahwa Abah Pay warga miskin yang harus dibantu. Acungan jempol yang berarti baik menunjukkan dukungan Abah Pay pada program kerja Ridwan Kamil. Senyuman di wajah menunjukkan kesukacitaan atas bantuan tersebut.

Sedangkan pada **Gambar. 16** Ridwan Kamil mendapat rasa kagum dan hormat dari orang lain dengan ikut serta dalam makan malam sederhana di rumah keluarga tidak mampu. Ia bersilahturahmi atau berhubungan dengan keluarga tidak mampu dan membantu mereka menaikkan *Index of Happiness* sebagai salah satu taktik *helping* dalam unggahannya.

Makan bersama merupakan salah satu cara untuk mendekatkan diri dengan orang lain. Dalam **Gambar. 3.16** terdapat seorang ibu-ibu yang menggunakan hijab yang berarti Ridwan Kamil sedang makan bersama muslim yang mana ia juga merupakan seorang muslim. Sudah menjadi kewajiban dalam agama islam untuk saling membantu. Maka dari itu ia mengadakan malam malam bersama itu. Dengan menghadirkan banyak makanan dan duduk bersila di bawah memperlihatkan keakraban agar menimbulkan suasana yang kekeluargaan. Hal-hal tersebut agar dapat mendukungnya dalam program *Index of Happiness* dan melakukan tindakan *Helping* dalam strategi Eksemplifikasi-nya

Mengajak orang lain untuk berpikir positif dan bertindak baik. Memberi contoh moral dan terpuji. Contoh unggahan yang mencerminkan *militancy* :



Gambar. 3.17 Suasana Jl. Kepatihan setelah dipasang pot pohon 2 400-an PKL berhasil dipindah ke Gedebage. Mari kita jaga bersama.



Gambar. 3.18 Mari perangi Banjir di Bgd dgn jadi relawan Biopori di gerakan #SejutaBiopori.

Sedangkan dalam taktik *militacy*, dilakukan dengan cara Ridwan Kamil mengajak orang lain berfikir positif dan bertindak baik. Salah satunya dengan mengajak masyarakat menjaga suasana ketertiban di jalan Kepatihan yang sudah ditertibkan, agar terus bertahan dan tidak menimbulkan kemacetan lagi.

Pada **Gambar. 17** nampak foto dari pinggir jalan Kepatihan yang telah ditertibkan. Salah satu kesuksesan di awal masa kepemimpinan Ridwan Kamil yang menjabat sebagai walikota baru. Jalan tersebut Nampak luas dan indah karena perbaikan yang telah dilakukan Ridwan Kamil, maka dari itu ia mengajal masyarakat untuk menjaganya besrsama.

Sedangkan pada **Gambar. 18** terdapat pamflet Gerakan Sejuta Biopori se-kota Bandung. Terdapat pula gambar walikota dan wakilnya dalam pamflet tersebut. menunjukkan bahwa mereka terlibat aktif dalam gerakan sejuta biopori. Terlihat pula beberapa masyarakat relawan di belakang walikota dan wakinnya, menunjukkan bahwa masyarakat diajak untuk berpartisipasi dalam gerakan sejuta biopori demi kebaikan kota Bandung untuk mencegah banjir.

Tindakan *militacy* dilakukan dengan mengajak orang lain untuk bertindak dan berpikir positif. Bertindak baik agar mendapatkan kesan sebagai seseorang yang memiliki moral terpuji dan peduli dengan lingkungan serta orang-orang di sekitar. Ridwan Kamil melakukan *militacy* dengan mengajak masyarakat Bandung menjaga jalan Kepatihan yang telah ditertibkan dan menjadi relawan sejuta biopori. Mengajak masyarakat untuk ikut andil dan

membantu. Kata-kata ajakan untuk berbuat baik demi kepentingan bersama dan memberikan contoh kepada masyarakat membuat Ridwan Kamil terlihat sebagai seorang walikota panutan dan mendapatkan simpati masyarakat.

Sebuah taktik yang berlawanan dengan intimidasi. Dalam taktik ini menampilkan sisi lemah dan tidak berdaya di hadapan orang lain. Membutuhkan pertolongan dan dukungan orang lain. Tujuannya untuk mendapatkan simpati dan kemudian memberi bantuan kepada dirinya. Terdapat dua tindakan dalam taktik ini, yaitu *self deprecation* dan *entreaties for help*, namun Ridwan Kamil hanya menggunakan *self deprecation* dalam unggahannya.

Self deprecation merupakan tindakan seseorang yang menunjukkan rasa sedih, kecewa, tidak berdaya, dan lelah dengan cara menunjukkan keadaannya yang sedang dalam kesulitan dan masalah. Berupa pernyataan dan keluhan atas ketidakberdayaan. Tindakan *self deprecation* tidak akan menimbulkan kesan yang baik jika dilakukan dengan cara berlebihan karena individu tersebut akan dikenal sebagai seorang yang sering menuntut bantuan dan malas (Jones dalam Alim, 2014). Contoh unggahan yang mencerminkannya antara lain :



Gambar. 3.19 Hari ini aku kehilangan guru dan sahabat yg selama 20 tahun membimbing an memotivasiku utk mengejar mimpi dan menjelajah dunia. Selamat jalan Mas Tata, semoga Allah memuliakanmu di tempat terbaik-Nya.



Gambar. 3.20 Selamat jalan kawan

Gambar. 19 menampilkan sosok teman dekat Ridwan Kamil yang baru saja meninggal dunia. Dalam unggahan tersebut, Ridwan Kamil menunjukkan kesedihan yang mendalam seperti yang tertera dalam keterangan gambar dengan kata, “aku kehilangan” di atas. Rasa kehilangan dan depresi semakin terlihat dengan cerita singkat tentang pengalaman dua puluh tahun bersama sebagai guru dan sahabat dalam membimbing dan memitivasi dalam mengejar mimpi dan menjelajah dunia yang tertulis dalam keterangan gambar di atas.

Selanjutnya pada **Gambar. 20** yang merupakan lanjutan **Gambar. 19** Ridwan Kamil menunjukkan rasa depresi dan mengikhhlaskan kehilangan sahabatnya tersebut. Foto seseorang membelakangi kamera dan berjalan maju meninggalkan yang di belakang, didukung keterangan gambar “selamat jalan kawan” menunjukkan rasa ikhlas Ridwan Kamil melepas kepergian sahabatnya.

Kedua gambar tersebut sesuai dengan taktik *Self Deprecation* yang mana Ridwan Kamil menunjukkan rasa sedih akan kehilangan sahabatnya dan menunjukkan keadaan dirinya yang sedang berduka. Hal tersebut menarik rasa simpati dan mendapat dukungan dari orang lain yang melihat dan membaca unggahannya.

3.2 Pembahasan

Melihat dari hasil penelitian di atas, Ridwan Kamil menggunakan semua taktik pengelolaan kesan dalam milik Jones & Pittman (1982), namun tidak semua tindakan dalam taktik tersebut ia terapkan. Ridwan Kamil tidak menggunakan *threats*, *self denial*, dan *entreaties for help*.

Penggunaan *threats* akan menimbulkan kesan bahwa Ridwan Kamil adalah seseorang yang berbahaya, sedangkan ia menggunakan kata-kata yang cenderung bersahabat pada keterangan gambarnya. Selain itu Ridwan Kamil telah menerapkan *anger* dalam dua unggahan tentang pengemis yang menipu masyarakat, hal tersebut cukup untuk menegaskan kewenangannya sebagai seorang walikota, maka dari itu ia tidak menggunakan *threats*. *Self denial* digunakan untuk menyangkal rumor dan gosip yang menerpa, dan selama 100 hari masa awal pemerintahannya tidak ada rumor berarti yang menerpa Ridwan Kamil. Sedangkan *entreaties for help* bertujuan untuk meminta bantuan dari orang lain dengan menunjukkan kelemahan dan ketidakmampuan. Hal tersebut bertentangan dengan perannya sebagai seorang walikota, karena seorang walikota harus menunjukkan kemampuannya untuk memimpin bukan meminta bantuan kepada orang lain, maka dari itu tidak ditemukan taktik *entreaties for help* dalam unggahannya.

Penelitian ini menemukan bahwa Ridwan Kamil paling banyak menggunakan taktik Ingratiasi. Ingratiasi sendiri adalah taktik yang digunakan untuk mendapatkan dukungan dengan menjadi yang orang lain harapkan, dapat dilakukan dengan mengunggulkan diri sendiri, memuji orang lain, menyetujui pendapat yang ada, dan lain-lain. Taktik yang memfokuskan untuk menonjolkan kelebihan serta menutupi kelemahan. Leary dalam Alim (2014), hampir semua orang ingin dikenal sebagai pribadi yang menarik dan disukai banyak orang. Ia ingin dilihat sebagai seseorang yang menarik, pintar, humoris, peduli, ramah, dan mudah diajak bicara dan bekerjasama. Tak heran jika Ridwan Kamil banyak mengunggah tentang program kerja beserta progresnya sebagai seorang walikota. Ia juga mengunggah foto dirinya dan orang-orang terdekatnya yang mendukung taktik tersebut.

Penggunaan taktik promosi diri menempati posisi kedua paling banyak dalam unggahan. Menurut Tedeschi & Riess dalam Alim (2014), penggunaan promosi diri yang menekankan pada pemaparan kata-kata atau penjelasan dekriptif dapat memberikan kesan yang terlalu sombong bila terlalu sering digunakan. Ridwan Kamil menggunakan taktik promosi diri hanya untuk

menunjukkan prestasi dan membuktikan bahwa ia mampu menjadi seorang walikota yang membawa perubahan ke arah yang lebih baik. Dibuktikan dengan unggahan prestasi dan keberhasilan dirinya, seperti Piagam Penghargaan Bandung Kota Sehat dan foto setelah dan sebelum jalan Kepatihan ditertibkan.

Kedua taktik di atas merupakan taktik yang paling dominan digunakan pada akun *Instagram* @ridwankamil, karena Ingratiasi dan Promosi diri merupakan perpaduan yang tepat untuk menciptakan pengelolaan kesan yang kuat. Bila menggunakan kedua taktik tersebut secara bersamaan merupakan taktik yang dapat menarik banyak perhatian, serta banyak pula penelitian tentang pengelolaan kesan yang menggunakannya (Jones & Pittman, 1982).

Urutan ketiga, Ridwan Kamil menggunakan taktik eksemplifikasi. Taktik eksemplifikasi bertujuan untuk mendapatkan rasa kagum dan hormat dari orang lain. Maka dari itu ia menggunakan taktik tersebut untuk menunjukkan bahwa ia orang yang peduli pada orang lain, dengan cara membantu masyarakat yang kurang mampu dengan berbagai program seperti bedah rumah, makan malam dengan keluarga tak mampu, dll. Selain itu, Ridwan Kamil juga menunjukkan bahwa ia seseorang yang bermoral dan melakukan tindakan terpuji dengan mengajak orang lain berfikir positif dan bertindak baik dengan menjaga kota Bandung.

Taktik pengelolaan kesan suplikasi hanya digunakan jika seseorang tidak dapat menggunakan taktik lainnya. Taktik suplikasi dapat disebut juga sebagai taktik yang memanfaatkan titik kelemahan dari seseorang. Seseorang akan menunjukkan kelemahannya demi mendapatkan bantuan dan simpati dari orang lain (Rosenfeld dalam Alim, 2014). Berdasarkan data di atas, Ridwan Kamil tidak menggunakan taktik suplikasi untuk mendapatkan simpati dari masyarakat terus menerus. Ia hanya menggunakannya ketika kehilangan seseorang yang berarti dalam hidupnya dan merasakan kehilangan, seperti pada beberapa unggahannya saat sahabatnya meninggal.

Terakhir, taktik intimidasi digunakan seseorang untuk melakukan upaya-upaya agar terlihat berbahaya dan harus diwaspadai. Walaupun tidak banyak,

berdasarkan data di atas, Ridwan Kamil tetap menggunakan taktik ini, karena ia adalah seorang walikota. Meski ia ingin dikenal sebagai orang yang baik dan ramah, ia juga harus menunjukkan sisi sebagai seseorang yang harus diwaspadai dan tidak dapat dianggap remeh. Seperti yang dia tunjukkan pada unghannya ketika ia mendapati pengemis yang berbohong dan menipu masyarakat Bandung. Ia menunjukkan kemarahannya dan memberikan peringatan.

4. PENUTUP

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, untuk melakukan pengelolaan kesan Ridwan Kamil cenderung menggunakan taktik *ingratiation*, *self promotion*, dan *exemplification*. Dengan melakukan taktik-taktik tersebut, Ridwan Kamil berusaha untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat, sekaligus mempromosika dirinya sebagai seorang walikota yang baik. Serta mendapatkan rasa kagum dan hormat, dengan mengajak masyarakat untuk bertindak baik menjaga kota Bandung.

Penggunaan taktik pengelolaan kesan lain seperti *supplification* dan *intimidation* tidak digunakan secara berlebihan. Ridwan Kamil hanya menggunakan kedua taktik tersebut untuk menunjukkan sisi dirinya yang lain. Taktik *supplification* untuk menunjukkan sisi dirinya yang mempunyai kelemahan dan rasa kehilangan seperti orang lain. Sedangkan taktik *intimidation* untuk menunjukkan sisi dirinya yang tidak dapat dianggap remeh dan harus diwaspadai.

Penelitian di atas juga menunjukkan bahwa, walaupun Ridwan Kamil menggunakan kelima taktik dalam teori pengelolaan Jones & Pittman (1982), ia tidak menggunakan semua tindakan yang ada dalam taktik-taktik tersebut. Seperti *thereats* dalam *intimidation*, *self denial* dalam *exemplification* dan *entreaties for help* dalam *supplication*. Karena dalam taktik *intimidation*, Ridwan Kamil sudah menggunakan *anger*, dan penggunaan *thereats* akan berdampak buruk bila *intimidation* digunakan terlalu berlebihan. Begitupun dengan *entreaties for help*, jika menggunakannya, Ridwan Kamil akan nampak seperti walikota yang tidak mampu mengemban tugasnya dan berdampak kebalikan dengan taktik *self*

promotion. Sedangkan untuk *self denial*, dalam awal masa pemerintahan seratus hari Ridwan Kamil belum mendapat isu yang harus ia sangkal.

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan, akan sangat baik jika penelitian selanjutnya lebih kritis dan berani membahas apa yang terjadi dibalik meriahnya media sosial. Saran untuk penelitian selanjutnya semoga penelitian ini dapat menjadi tinjauan pustaka dan memperluas pengetahuan tentang panggung drama pengelolaan kesan dihadapan publik. Selain itu teori pengelolaan kesan merupakan teori yang sangat mendalam untuk menganalisis dan mengenali suatu objek. Sangat menarik menggunakan teori ini untuk mempelajari subjek lainnya, dengan berbagai sudut pandang yang berbeda dan guna menambah wawasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adullah, Aceng. (2013). *Di Balik Kemenangan Ridwan Kamil*. Bandung: Pikiran Rakyat. (11/06/2013).
- Alim, Chelsea Amanda. (2014). *Impression Management Agnes Monica Melalui Akun Instagram (@agnesmo)*. Jurnal E-Komunikasi, 2(3), 2014.
- Boyd, M. D., Ellison, N. B. (2008). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Journal of Computer - Mediated Communication. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.
- Creswell, John W. (2012). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Lincoln: University of Nebraska.
- Damar, Agustinus Mario. (2015). *Orang Indonesia Paling Sering Akses Media Sosial*. Jakarta: Tekno Liputan6.com (25/11/2015).
- Dayakisni, Tri. (2009). *Psikologi Sosial*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Drisko, James W., Maschi, Tina. (2016). *Content Analysis*. New York: Oxford University Press
- Goffman, Erving. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. University of Edinburgh: Social Sciences Research Centre.
- Hill, A. M. (2014). *The Kids Are All Right Online: Teen Girls' Experiences With Self-Presentation, Impression Management & Aggression On Facebook*. City University of New York (CUNY) CUNY Academic Works.

- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). *What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types*. Department of Computer Science, Arizona State University, Tempe AZ 85281.
- Jung, Younbo., et al. (2017). *Politician's Politic Strategic Impression Management on Instagram*. Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS). doi:10.24251/HICSS.2017.265
- Leary, Mark R., Kowalski, Robin M. (1990). *Impression Management: A Literature Review and Two-Component Model*. Wake Forest University, 107(1), 34-47.
- Madani, Mohamad Amin. (2013). *In Picture: Ridwan Kamil Resmi Dilantik jadi Walikota Bandung Periode 2013-2018*. Bandung: Republika.co.id. (16 September 2013).
- Mala, Puspa Aqirul. (2016). *Manajemen Kesan Melalui Foto Selfie dalam Facebook: Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi*. Komuniti, 8(1), 2016.
- Mulyana, Deddy. (2003). *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sadelowski, Margarete. (2000). *Focus on Research Methods: Whatever Happened to Qualitative Description?*. Research in Nursing & Health. University of North Carolina at Chapel Hill. 23, 334±340.
- Smith, L. R., Sanderson, J. (2015). *I'm Going to Instagram It! An Analysis of Athlete Self-Presentation on Instagram*. Broadcast Education Association Journal of Broadcasting & Electronic Media, 59(2), 2015, pp. 342–358.
- Ting, C. T. (2014). *A Study of Motives, Usage, Self-presentation and Number of Followers on Instagram*. Discovery – SS Student E-Journal, Vol. 3, 2014, 1-35.
- Wu, Ya-Ling., Shang, Shari S. C. (2012). *Understanding The Dynamics of Impression Management on Social Network Service*. Service Science, 3(2).