

**MANAJEMEN KESAN PENYANDANG DISABILITAS TULI
SURYA SAHETAPY MELALUI AKUN INSTAGRAM
@SURYASAHETAPY**

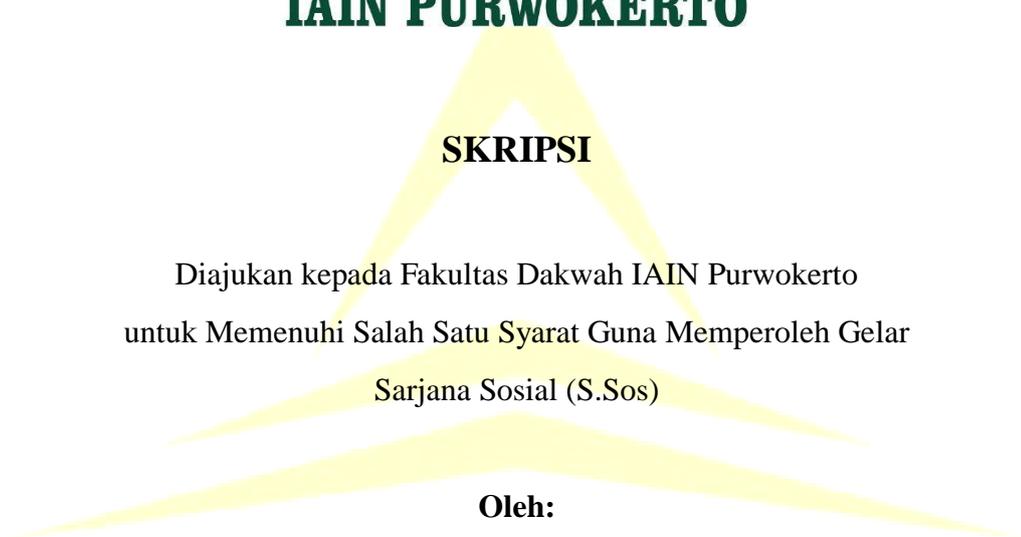


IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:



IAIN PURWOKERTO

AHMAD KHOLIKUL FAOZI

NIM: 1522102002

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2019

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan orang lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali.¹ Komunikasi memiliki peran yang sangat vital bagi kehidupan manusia, karena itu sudah sejak lama orang tertarik mempelajari bagaimana manusia berinteraksi satu sama lain, atau dengan kata lain bagaimana manusia berkomunikasi. Banyak ahli merumuskan asumsinya mengenai peristiwa satu ini dan mendapat perspektifnya sendiri. Salah satu yang menurut penulis menarik adalah perspektif dari seorang pakar teori sosial Eving Goffman dalam bukunya yang berjudul "*The Presentation of Self in everyday Life*" (1959). Goffman mengenalkan konsep dramaturgi, sebuah teori yang mengasumsikan bahwa interaksi sosial dalam kehidupan manusia memiliki makna yang sama dengan dunia teatrikal. Dalam bukunya tersebut Goffman menyebutkan istilah *Self Presentation* (Presentasi diri), ia memandang perilaku orang dalam interaksi sosial selalu merupakan permainan informasi agar orang lain memiliki kesan yang lebih baik terhadap dirinya.

¹ Morrison, *Teori Komunikasi dari Individu hingga Massa* (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2015), hlm. 1-2.

Seiring dengan perkembangan yang pesat di bidang teknologi komunikasi tidak dapat dipungkiri komunikasi manusia semakin meluas dengan ditemukannya komputer, internet, smartpone, dan jejaring media sosial. Media sosial hari ini menjadi saluran komunikasi yang diikuti banyak orang dan menjadi media yang sangat potensial untuk membentuk opini masyarakat dalam berbagai hal termasuk untuk membentuk dan mengelola kesan diri individu. Instagram adalah salah satu jejaring media sosial yang paling banyak digunakan oleh rata-rata pengguna internet. Dilansir dari Tempo.co, Indonesia bahkan memiliki pengguna aktif Instagram mencapai lebih dari 45 juta orang. Media sosial satu ini dapat digunakan untuk menampilkan dan menyampaikan informasi berupa foto atau gambar yang kadang disertai caption (keterangan maupun cerita yang mewakili gambar) secara cepat melalui aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain.² Melihat peluangnya yang besar instagram tentu dapat menjadi jalan tersendiri bagi individu untuk dapat merepresentasikan diri melalui akun yang dimilikinya dan melakukan manajemen kesan.

Usaha manajemen kesan ini sudah pasti dilakukan oleh setiap orang dari banyak kalangan dan komunitas masyarakat, tidak terkecuali Surya Sahetapy seorang penyandang disabilitas tuli dan pegiat sosial, melalui akun instagramnya @suryasahetapy surya berusaha memperjuangkan hak-hak orang tuli. Tercatat pada 20 Mei 2019 pengikut akun instagramnya mencapai 150 ribu, kesempatan ini tentu tidak disia-

² Rama Kertamukti, *Instagram dan Pembentukan Citra*, Jurnal Komunikasi Profetik (Yogyakarta: Uin Sunan Kalijaga, 2015), hlm. 58.

siakan Surya, setiap postingannya di instagram adalah usahannya membangun image dan pandangan bahwa orang-orang penyandang disabilitas juga dapat berprestasi seperti halnya orang-orang normal pada umumnya.

Keberadaan bahasa isyarat sebagai bahasa kodrati kaum tuli menjadikan Surya dan setiap penyandang tuli sebagai suatu masyarakat tutur tersendiri. Para pengandang tuli memiliki perilaku komunikasi khas dan tidak serupa dengan masyarakat pada umumnya, hal ini membuat kesan orang-orang tuli tertutup dari pergaulan orang pada umumnya. Kehadiran media sosial membuka setiap batas yang menghalangi komunikasi penyandang tuli dengan orang-orang normal pada umumnya sehingga menarik mencari tahu bagaimana Surya Sahetapy melalui akun instagramnya melakukan pengelolaan kesan.

Melihat realitas tersebut penulis terpanggil dan bermaksud untuk meneliti bagaimana seorang penyandang disabilitas tuli, Surya Sahetapy melalui postingan-postingannya di instagram (@suryasahetaphy) melakukan manajemen kesan. Peneliti menggunakan taktik manajemen kesan Jones dan Pittman (1982) yang mencakup lima strategi yang meliputi: *ingratiation*, *self promotion*, *exemplification*, *intimidation* dan *supplication*,³ sebagai indikator untuk mengukur. Maka dari ini penulis akan mengangkat penelitian dengan judul: “Manajemen Kesan

³ Celsea Amanda, *Impression Management Agnes Monica Melalui Akun Instagram (@agnezmo)* Jurnal E-Komunikasi (Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2014), hlm. 2.

Penyandang Disabilitas Tuli Surya Sahetapy Melalui Akun Instagram @suryasahetaphy”

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman mengenai konsep yang termuat dalam judul ini maka penulis akan terlebih dahulu memberikan penegasan istilah yang menjadi kata kunci dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Manajemen Kesan

Manajemen kesan adalah konsep yang disajikan seorang ahli teori sosial Eving Goffman dalam bukunya *Presentation of Self in Everyday Life* (1959). Lebih awal Goffman menjelaskan bahwa kita selalu memainkan peran dalam cara yang kreatif agar orang lain merespon kita menurut yang kita kehendaki. Menurutnya, sebagai akibat dari itu kita berusaha mengelola atau mengatur irama, respons orang lain dengan cara menghadirkan citra sedemikian sesuai dengan yang kita inginkan mereka berpikir tentang kita. Inilah yang Goffman sebut sebagai manajemen kesan atau pengelolaan kesan.

Menurut Goffman sangat sedikit atribut, pemilikan, atau aktivitas kita sebagai manusia yang tidak digunakan dalam pengelolaan kesan ini. Pakaian yang kita pakai, rumah yang kita huni, pekerjaan yang kita tekuni, cara kita menghabiskan waktu luang, setiap hal yang mungkin publik tau tentang kita, termasuk foto kita

yang kita pajang di media sosial faktanya semua itu digunakan untuk memberitahu orang lain tentang siapa diri kita.⁴

Perkembangan selanjutnya dari manajemen kesan, pada tahun 1982 Jones & Pittman membangun sebuah sistem untuk merekam berbagai macam-macam perilaku manajemen kesan. Melalui sistem ini Jones & Pittan mengidentifikasi taktik-taktik yang digunakan orang dalam melakukan manajemen kesan. Sistem tersebut mencakup 5 taktik yang meliputi: *Self-promotion, ingratiation, exemplification, intimidation, dan supplication*.⁵

2. Penyandang Disabilitas Tuli

Kecenderungan umum masyarakat menganggap bahwa istilah tuli merupakan sebutan yang kasar sedangkan tuna rungu merupakan istilah yang lebih halus untuk menyebut mereka yang mengalami gangguan pendengaran. Akan tetapi berlaku sebaliknya, dalam perspektif komunitas tuli menyatakan bahwa tunarungu hanyalah istilah medis sedangkan tuli tidak sekedar itu, tuli merupakan terminologi sosial budaya dimana mereka pengguna bahasa isyarat yang memiliki identitas, budaya dan komunitas. Isu ini tidak hanya di Indonesia, kesalahpahaman penyebutan ini juga muncul dalam istilah bahasa Inggris antara hearing impairment (tunarungu) dengan istilah deaf (tuli).

⁴ Pip Jones, Dkk, *Pengantar Teori-teori Sosial* (Jakarta:Obor, 2016), hlm. 147.

⁵ John M. Ivancevich, *Perilaku dan Manajemen Organisasi*, (Bandung: PT. Gelora Aksara Pratama t.t, 2015), hlm. 126.

Terlepas dari istilah mana yang lebih dibenarkan, penulis menetapkan untuk menggunakan istilah disabilitas tuli, karena bagaimanapun sebagai orang-orang yang mengalaminya langsung mereka memiliki hak untuk menentukan identitasnya sendiri.

3. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang dapat dilihat oleh *followers* dari pengunggah foto tersebut dan bisa saling memberikan komentar antar sesamanya. Nama Instagram sendiri berasal dari *insta* dan *gram*, “*insta*” yang berasal dari kata *instant* dan “*gram*” yang berasal dari *telegram*, dapat disimpulkan dari namanya yang berarti menginformasikan atau membagikan foto kepada orang lain dengan cepat. Salah satu yang unik dari Instagram adalah foto yang berbentuk persegi, ini terlihat seperti kamera Polaroid dan kodak Instamatic bukan seperti foto umumnya yang menggunakan rasio 4:3. Instagram dapat diartikan menampilkan dan menyampaikan informasi berupa foto atau gambar secara cepat lewat aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain.⁶

Dengan makin berjalanya waktu, instagram pun terus berkembang, versi terbaru aplikasi ini terus diperbarui, berbagai fitur-fitur baru terus ditambahkan dan diperbaiki. Berkembangnya instagram sendiri maka makin banyak masyarakat menggunakannya,

⁶ Rama Kertamukti, *Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Accoun Instagram @basukibtp)* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2015), hlm, 58.

bahkan dilansir dari Kompas.com pada akhir januari 2019 sudah sekitar satu miliar orang menggunakan layanan media sosial Instagram setiap harinya di seluruh dunia.⁷

4. Surya Sahetapy

Surya Sahetapy adalah putra ketiga dari aktor Ray Sahetaphy dan penyanyi Dewi Yul, seorang penyandang disabilitas tuli dengan banyak prestasi. Pria kelahiran 21 Desember 1993 sejak tahun 2013 memutuskan menjadi aktivis tuli di GerkatIn (gerakan untuk kesejahteraan tuli Indonesia) dan mulai getol mempromosikan bahasa isyarat yang penting bagi penyandang disabilitas tuli. Pemilik nama lengkap Panji Surya Putra Ssahetaphy pada tahun 2016 pernah berkesempatan menjadi delegasi tuli dari Indonesia dan berkunjung ke markas besar Perserikatan Bangsa Bangsa di Amerika Serikat. Pria yang sempat memegang di kantor gubernur DKI Jakarta itu juga pernah menyambangi NASA dan bertemu dengan 15 orang tuli yang bekerja disana. Surya juga pernah dipercaya untuk mewakili Anak Berkebutuhan Khusus (ABK) Indonesia dalam Global IT for Youthwith Disabilities di Bangkok, Thailand pada 2013 dan jugapernah bertemu dengan ratu Elizabeth II dan Prence Philip, Duke of Edinburg mewakili penyandang disabilitas tuli dari Indonesia.

⁷ <https://amp.kompas.com/tekno/read/2019/01/31/15320087/pengguna-harian-instagram-stories-tembus-angka-500-juta> Diakses pada 21 Mei 2019, pukul 19.31.

Selama enam tahun terakhir melalui Gerkatin Surya aktif memperjuangkan hak-hak yang seharusnya diperoleh para penyandang disabilitas tuli seperti akses bahasa Indonesia melalui teks, akses kesetaraan dalam pekerjaan, akses kesehatan, akses pendidikan dan sebagainya.. Surya mencoba mengubah persepsi masyarakat umum tentang bahasa isyarat yang menurutnya masih memandang sebagai sesuatu yang negatif, surya ingin memutar balikan pandangan itu, baik terhadap bahasa isyarat maupun terhadap penyandang tuli. Surya terus mempromosikan bahasa isyarat, dia mengajak masyarakat umum mempelajari bahasa isyarat sehingga dapat memahami dunia orang-orang tuli.⁸

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: “Bagaimana Manajemen Kesan Penyandang Disabilitas Tuli Surya Sahetapy Melalui Akun Instagram @suryasahetaphy”.

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan peneliti menentukan tujuan yang hendak dicapai sebagai berikut: Menjelaskan manajemen kesan yang dilakukan penyandang disabilitas tuli Surya Sahetapy melalui akun instagram @suryasahetaphy.

⁸ <http://m-liputan6-com/surya-sahetaphy-putra-dewi-yull-yang-aktifitas-tuli?> Diakses pada 21 Mei 2019, pukul 11.13.

2. Manfaat Penelitian

Dari tujuan yang telah dipaparkan peneliti mengharapkan beberapa manfaat dari penelitian ini, yang antara lain sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu komunikasi dan komunikasi manusia pada umumnya. Secara khusus penelitian ini diharapkan memberi sumbangan bagi penelitian yang menggunakan pendekatan dramaturgi, terutama yang berkaitan dengan proses komunikasi melalui media sosial.

b. Secara Praktis

1.) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana bagi peneliti untuk bisa lebih luas memahami proses komunikasi dalam realitas interaksi manusia, dengan harapan segala pengetahuan tersebut bisa membuat peneliti mampu lebih memahami orang lain dan bisa menjadi panduan bersikap dalam setiap situasi komunikasi yang ditemui.

2.) Bagi Pembaca Pada Umumnya

Penelitian ini diharap dapat menjadi sumber informasi bagi siapapun tentang kehidupan dan proses komunikasi melalui media sosial.

E. Tinjauan Pustaka

1. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini bertujuan untuk menghindari kesamaan dan menghindari plagiasi dengan penelitian lain yang sejenis, berikut beberapa penelitian sejenis:

Pertama, sebuah hasil penelitian dari mahasiswa ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, Anggie Anggreini Nasution dengan judul Taktik Impression Management Dian Pelangi Melalui Akun Instagram @dianpelangi (Studi Analisis Isi Taktik *Impression Management* Dian Pelangi Melalui Akun Instagram @dianpelangi Periode 22 September 2015-10 Desember 2015).⁹ Secara garis besar, penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan penulis, yaitu sama-sama membahas tentang penggunaan taktik manajemen kesan di instagram, hanya saja ada perbedaan pada subyek dan metode analisis data yang digunakan, jika pada penelitian tersebut Anggie mengambil subyek seorang desainer berpengaruh dan menggunakan metode analisis isi dalam pengolahan datanya, penulis pada penelitian ini mengambil subyek seorang aktifis tuli yang punya banyak prestasi dan pengaruh besar dalam memperjuangkan kesejahteraan penyandang disabilitas tuli di

⁹ Anggie Anggreini Nasution, *Taktik Impression Management Dian Pelangi Melalui Akun Instagram @dianpelangi (Studi Analisis Isi Taktik Impression Management Dian Pelangi Melalui Akun Instagram @dianpelangi Periode 22 September 2015-10 Desember 2015)* (Skripsi: Universitas Sebelas Maret, 2015).

indonesia. Sedangkan metode pengelolaan data yang digunakan penulis adalah analisis semiotik model Roland Barthes.

Kedua, hasil penelitian dari Chelsea Amanda dalam Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya Vol 2. No.3 Tahun 2014 dengan judul Impresion Managemen Agnes Monica Melalui Akun Instagram (@agnesmo).¹⁰ Chelsea dan peneliti sama-sama menggunakan prespektif dramaturgi, perbedaan keduanya ada pada obyek dan metode yang digunakan, chelsea mengambil subyek Agnes Monica seorang artis yang sedang go internasional melalui akun Instagramnya (@agnesmo) sedangkan peniliti mengambil subyek seorang penyandang disabilitas tuli Surya Sahetapy yang sedang gencar mempromosikan bahasa isyarat dan memperjuangkan hak-hak orang tuli secara umum. Jika Celsea dalam mengolah data menggunakan metode analisis isi kuantitatif peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode analisis semiotik model Roland Barthes.

Penelitian *ketiga*, yang akan saya bandingkan adalah penelitian milik seorang mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta, Muhammad Nanda Satrio, dengan judul Taktik Impresion Managemen Sandiaga Uno Melalui Akun Instagram @sandiuno (Studi Analisis Isi Taktik Impresion Management Sandiaga Uno Melalui Akun Instagram @sandiuno

¹⁰ Chelsea Amanda Alim. *Impresion Manajemen Agnes Monica melalui Akun Instagram @agnesmo* (Jurnal E-Komunikasi: Universitas Kristen Petra, 2014)

Periode 21 Agustus-21 Oktober 2016 Untuk Maju di Pilkada DKI Jakarta 2017).¹¹ Secara umum penelitian Muhammad Nanda sama dengan penelitian milik Celsea yang saya bandingkan sebelumnya, hanya saja, jika Celsea mengambil Agnes Monica yang sedang go internasional, Muhammad Nanda mengambil subyek Sandiaga Uno yang saat itu maju di Pilkada DKI Jakarta 2017. Oleh karena itu, perbedaan penelitian ini dengan penelitian Muhammad Nanda hanya pada subyek dan metode analisis data yang dalam hal ini peneliti mengambil subyek Surya Sahetapy seorang penyandang disabilitas tuli yang sedang mempromosikan diri sebagai orang tuli berprestasi.

Keempat, Skripsi dengan judul Strategi Impression Management Pasangan Suami Istri Yang Berbeda Budaya Melalui Yahoo! Messenger, karya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya, Vanessa Cristasia Harijanto menjabarkan strategi pengelolaan kesan suami istri yang berbeda budaya dan hidup jarak jauh menggunakan Yahoo! Messenger.¹² Meskipun sama-sama mencoba menjabarkan pengelolaan kesan, penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan penulis. Subyek yang Vanessa ambil adalah sepasang suami istri, sedangkan yang penulis coba teliti adalah seorang individu

¹¹ Muhammad Nanda Satrio, *Taktik Impression Management Sandiaga Uno Melalui Akun Instagram @sandiuno (Studi Analisis Isi Taktik Impression Management Sandiaga Uno Melalui Akun Instagram @sandiuno Periode 21 Agustus-21 Oktober 2016 Untuk Maju di Pilkada DKI Jakarta 2017)* (Skripsi: Universitas Sebelas Maret, 2017).

¹² Vanessa Cristasia Harijanto, *Strategi Impression Management Pasangan Suami Istri Yang Berbeda Budaya Melalui Yahoo! Messenger* (Skripsi: Universitas Kristen Petra Surabaya, 2014).

dengan disabilitas tuli. Selain itu, media yang menjadi lokasi penelitian pun berbeda, penelitian tersebut menganalisis percakapan pasangan suami istri pada Yahoo! Messenger sedangkan penelitian penulis menganalisis unggahan foto pada Instagram, sehingga metode yang digunakan juga berbeda, jika metode yang digunakan penulis adalah analisis semiotik mpdel Roland Barthes, metode penelitian yang dilakukan Vanessa adalah studi kasus deskriptif kualitatif.

Kelima, skripsi serupa berikutnya adalah hasil penelitaian mahasiswa Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta, Krisnadi Yudha Patria dengan judul Manajemen Kesan Dalam Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Pengelolaan Kesan Melalui Presentasi Diri Mahasiswa Fakultas Komunikasi Angkatan 2014 Muhammadiyah Surakarta di Media Sosial Path).¹³ Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah sama-sama menggunakan pendekatan dramaturgi, lebih khusus manajemen kesan sebagai perluasan teori tersebut. Kesamaan lain adalah lokasi penelitian yang sama-sama dilakukan di media sosial, hanya saja jika penelitian ini dilakukan di media sosial path, penelitian yang dilakukan penulis mencoba mengamati manajemen kesan di instagram. Perbedaaan lain ada pada metode yang digunakan, jika penelitian Krisnadi

¹³ Krisnadi Yudha Patria, *Manajemen Kesan Dalam Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Pengelolaan Kesan Melalui Presentasi Diri Mahasiswa Fakultas Komunikasi Angkatan 2014 Muhammadiyah Surakarta di Media Sosial Path)* (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014).

menggunakan metode deskriptif kualitatif, metode yang digunakan penulis adalah semiotika model Roland Barthes.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang akan digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Para pakar mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bersifat interpretatif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode dalam menelaah penelitian-penelitiannya.¹⁴ Penelitian ini, yang berjudul Taktik Manajemen Kesan Penyandang Disabilitas Tuli Surya Sahetapy Melalui Akun Instagram @suryasahetaphy nantinya akan menjelaskan penggunaan taktik manajemen kesan pada foto yang diunggah di akun instagram Surya Sahetapy menggunakan 5 taktik manajemen kesan Jones & Pittman.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subyek adalah unggahan akun instagram @suryasahetaphy milik penyandang disabilitas tuli Surya Sahetapy. Adapun obyek penelitian ini adalah manajemen kesan dengan fokus penggunaan 5 taktik manajemen kesan milik Jones & Pittman (*Self-promotion, ingratiation, exemplification, intimidation, dan simplification*) oleh Surya Sahetapy melalui akun instagram miliknya.

¹⁴ Dedy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 7.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu dari peneliti.¹⁵ Dalam penelitian ini peneliti mengambil 20 postingan foto yang ada di media sosial instagram milik Surya Sahetapy dengan nama akun @suryasahetaphy terhitung mulai dari April 2015 sampai dengan Juli 2019. Peneliti mengambil foto-foto tersebut dengan pertimbangan bahwa menurut pengamatan awal peneliti foto-foto tersebut adalah yang paling merepresentasikan Surya saat itu, dan memberikan batasan waktu tersebut dengan pertimbangan bahwa foto-foto pada jangka waktu tersebut merupakan unggahan ketika Surya tengah gencar menjadi aktivis tuli sampai dengan saat ini ketika penulis melakukan penelitian.

4. Metode Analisis Data

Tahap analisis data sebenarnya merupakan upaya-upaya meringkas, dan mengorganisasikan data.¹⁶ Melihat kebutuhan dan relevansi penggunaan, peneliti memilih analisis semiotik yang bersifat kualitatif dengan harapan dapat memberi peluang yang besar pada interpretasi-interpretasi alternatif.¹⁷

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 218.

¹⁶ Engkus Kuswarno, *Metode Penelitian Komunikasi Etnografi Komunikasi Suatu Penantar dan Contoh Penelitiannya* (Bandung: Widya Padjajaran, 2008), hlm. 68.

¹⁷ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analsis Framing* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002). hlm. 147.

Seorang ahli semiotik asal Prancis Roland Barthes membuat sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda-tanda. Fokus perhatian model yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini tertuju pada gagasan tentang signifikasi dua tahap yang Barthes sebagai berikut:

Signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi mempunyai makna yang subyektif atau paling tidak intersubyektif. Pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos, mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan dan memahami beberapa aspek tentang realitas dan atau gejala alam. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi. Mitos primitif misalnya, mengenai hidup dan mati, manusia dan dewa, dan sebagainya. Sedangkan mitos masa kini misalnya, mengenai feminitas, maskulinitas, ilmu pengetahuan dan kesuksesan.¹⁸

¹⁸ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002). hlm. 127-128.

Pada dasarnya, studi media mencakup pencarian pesan dan makna-makna dalam meterinya, karena sesungguhnya semiotika komunikasi seperti halnya basis ilmu komunikasi adalah proses komunikasi, dan intinya adalah makna. Dengan kata lain, mempelajari media adalah mempelajari makna. Dalam hal ini penulis mencoba mempelajari makna dengan mengurai dan mentafsirkan foto seseorang di instagram menggunakan analisis semiotik model Roland Barthes kemudian mengklasifikasi dan menganalisis berdasarkan perspektif dramaturgis berupa alat ukur 5 taktik manajemen kesan Jones & Pittman.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih mempermudah pembahasan, penulis membaginya dalam beberapa lima bab, dengan sistematika sebagai berikut :

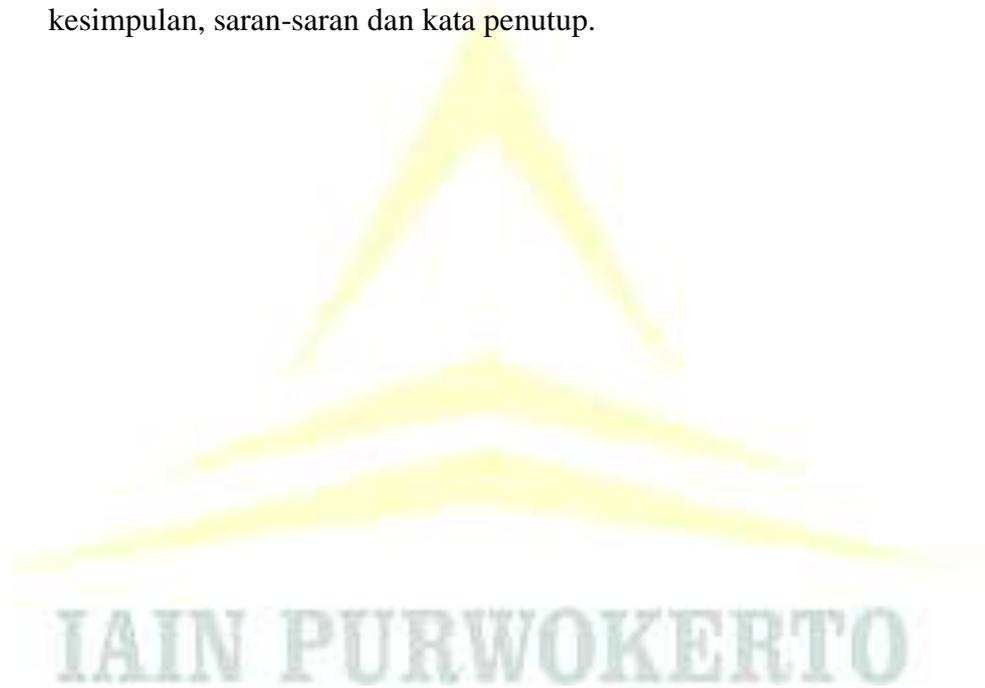
Bab I, adalah pendahuluan sekaligus metodologi penelitian yang berisi latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka. Metode penelitian, meliputi jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data dan sistematika pembahasan.

Bab II, berisi kerangka teoritik yang membahas tentang dramaturgi sebagai prespektif (dunia panggung depan dan panggung belakang), presentasi diri (konsep diri dalam interaksi, dan proses manajemen kesan beserta taktik), internet dan media sosial (sebuah bentuk baru interaksi sosial), serta semiotika komunikasi dan konstruksi realitas dalam media.

Bab III, berisi gambaran umum subyek dalam penelitian ini, tentang Surya Sahetapy yang merupakan penyandang disabilitas tuli dan unggahan fotonya di instagram.

Bab IV, berisi penyajian analisis dan interpretasi sehingga mampu menjelaskan bagaimana manajemen kesan Surya Sahetapy melalui unggahan foto di akun instagramnya.

Bab V, merupakan penutup dari skripsi ini yang berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan kata penutup.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari penelitian ini, penulis menemukan bahwa Surya Sahetapy berusaha membangun kesan baik sebagai pribadi yang menarik, mengesankan, patut untuk dihormati dan dikagumi. Surya Sahetapy diketahui lebih sering menggunakan taktik *self promotion*, diikuti taktik *exemplification*. Dengan menggunakan taktik tersebut Surya dapat mempromosikan dirinya, sekaligus membuat dirinya dihormati dan dikagumi, khususnya mengenai perannya sebagai sosok difabel tuli yang memiliki banyak prestasi.

Penggunaan taktik lain seperti *ingratiation* menunjukkan bahwa Surya juga melakukan usaha untuk menjadi orang yang disukai sebagai pribadi. Meskipun menjadi taktik yang paling sedikit digunakan, namun setidaknya kita mendapati bahwa Surya berusaha memperlihatkan daya tarik pribadinya.

Sisanya, penggunaan dua taktik lain yaitu *intimidation* dan *supplication*, peneliti tidak menemukan Surya melakukan dua taktik tersebut karena Surya ingin terlihat menarik, ramah, disukai, patut di hargai dan dihormati. Taktik *intimidation* dan *supplication* jelas bertolak belakang dengan taktik yang peneliti temukan dalam manajemen kesan Surya Sahetapy.

B. Saran

Berikut ini adalah saran dari penulis yang dapat dijadikan sebagai bentuk masukan dan evaluasi :

1. Untuk Peneliti

Penelitian ini belum cukup komprehensif, mengingat teori yang peneliti gunakan umumnya dipakai untuk memahami proses komunikasi di realitas nyata, namun dalam hal ini peneliti menggunakan di media sosial sebagai realitas maya sehingga peneliti hanya mampu melihat subyek dari satu sudut pandang di panggung depan. Dari kekurangan ini peneliti memberikan saran kepada siapapun yang ingin melakukan penelitian serupa, untuk bisa menggali lebih dalam dan memahami secara kompleks subyek yang diambil, baik proses manajemen kesan di panggung depan maupun konsep diri di panggung belakang.

2. Untuk Surya Sahetapy

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Surya memang berhasil dalam mengelola kesan dan menampilkan stigma negatif yang ditujukan kepada teman tuli dan penyandang disabilitas pada umumnya dengan penggunaan taktik yang telah disebutkan. Hanya menggunakan tiga dari lima taktik yang ada, menurut penulis merupakan langkah yang tepat, karena penggunaan dua taktik lainnya bertolak belakang dan hanya akan menghancurkan kesan yang telah dibangun. Namun, dalam hal ini peneliti melihat masih ada potensi

yang lebih baik dalam upaya Surya mengelola kesan. Peneliti melihat surya dalam manajemen kesan monoton dengan tindakan-tindakan yang sama, peneliti menyarankan kepada Surya untuk bisa bervariasi dengan tindakan dalam taktik-taktik yang ada.

3. Pengguna Media Sosial

Media pada umumnya kita ketahui merangkap banyak fungsi, begitu pula dengan media sosial. Dalam konteks penelitian ini media sosial memiliki fungsi untuk mengelola kesan atau dengan kata lain membangun citra diri. Surya Sahetapy berdasar pengamatan peneliti berhasil memanfaatkan fungsi satu ini, lebih dari itu bahkan dia menggunakannya untuk berbagi motivasi dan mengkampanyekan hal-hal baik lain hubungannya dengan tuli dan isu disabilitas. Berdasarkan pengalaman dari apa yang dilakukan Surya, peneliti memberikan saran untuk pengguna media sosial pada umumnya supaya bisa menggunakan media sosial dengan lebih bijak. Tidak sekedar memanfaatkannya sebagai media hiburan, namun menggunakannya untuk sesuatu yang lebih mengandung nilai kebermanfaatan.

4. Untuk Penyandang Disabilitas Tuli

Surya Sahetapy membuktikan bahwa yang selama ini orang-orang sebut kekurangan tidak selamanya menjadikan seseorang lemah, dan terpuruk. Bukan sekedar pendengaran yang membuat orang menjadi manusia seutuhnya, melainkan bagaimana seseorang mampu menggali potensi yang penciptanya berikan untuknya, dan

menggunakannya untuk kebermanfaatannya bersama. Mari lampau batas kita, manusia adalah makhluk terbaik ciptaan Tuhan.

A. Penutup

Penelitian ini sebenarnya beranjak dari sebuah teori yang umumnya digunakan untuk mengamati proses komunikasi dalam realitas nyata. Namun dalam hal ini penulis mencoba mengaplikasikannya kepada bentuk komunikasi baru manusia di dalam media sosial sehingga perlu untuk mengaitkannya dengan teori lain. Penulis menyadari dalam mengerjakan penelitian ini terdapat banyak kesalahan dan kekeliruan, khususnya dalam usaha menganalisis peneliti menggunakan kata yang tidak pantas dengan semena-mena sehingga menyakiti hati pembaca penulis sampaikan maaf yang setulusnya. Penulis juga membuka saran, masukan dan kritik seluas-luasnya guna membangun diri penulis menjadi lebih baik. Semoga apa yang telah tertulis dalam skripsi ini bisa menghadirkan kebaikan serta menjadi bagian dari kekayaan keilmuan bidang komunikasi.

IAIN PURWOKERTO

Daftar Pustaka

- Amanda Alim, Chelsea. 2014. Impression Manajemen Agnes Monica melalui Akun Instagram @agnesmo. Jurnal E-Komunikasi Vol. 2 No. 3. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Cristasia Harjianto, Vanessa. 2014. Strategi Impression Management Pasangan Suami Istri Yang Berbeda Budaya Melalui YAHOO! Messenger. Jurnal E-Komunikasi Vol 2. No. 3. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Danesi, Marcel. 2011. Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dyah Alyusi, Shiefti. 2016. Media Sosial Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial. Jakarta: Kencana
- Gwal, Rajeshwari. 2015. *Tactics of Impression Management: Relative Success on Workplace Relationship*, The International Journal of Indian Psychology, Vol 2 No 2.
- Ivancevich, John M, dkk. 2005. Perilaku dan Manajemen Organisasi. Bandung: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Jones, Pip, Dkk. 2016. Pengantar Teori-teori Sosial. Jakarta: Pustaka Obor Indonesia.
- Jones, Edward E. & Thane S. Pittman. 1982. Toward a General Theory Strategic Self Presentation. London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher, Psychological Perspectives on The Self, Volume 1.
- Kertamukti, Rama. 2015. Instagram dan Pembentukan Citra (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Personal Karakter Account Instagram @basukibtp). Journal Komunikasi Profetik Vol. 08. No. 01. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Yogyakarta.
- Kuswarno, Engkus. 2008. Metode Penelitian Komunikasi Etnografi Komunikasi Suatu Pengantar dan Contoh Penelitiannya. Bandung: Widya Padjajaran.
- Morissan. 2015. Teori Komunikasi dari Individu hingga Massa. Jakarta: Prenadamedia Grup.

Mulyana, Dedy. 2018. Metode Penelitian Kualitatif Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nanda Satrio, Muhammad. 2017. Taktik Impression Management Sandiaga Uno Melalui Akun Instagram @sandiuno (Studi Analisis Isi Taktik Impression Management Sandiaga Uno Melalui Akun Instagram @sandiuno Periode 21 Agustus-21 Oktober 2016 Untuk Maju di Pilkada DKI Jakarta 2017). Solo: Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Sobur, Alex. 2002. Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing. Bandung; PT Remaja Rosdakarya

Sobur, Alex. 2004. Semiotika Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&B. Bandung : Alfabeta.

Syam, Nur. 2011. Agama Pelacur Dramaturgi Transendental. Yogyakarta: LkiS Grup.

Yudha Patria, Krisnandi. 2017. Manajemen Kesan dalam Media Sosial (Studi Deskriptif Pengelolaan Kesan Melalui Presentasi Diri Mahasiswa Fakultas Komunikasi Angkatan 2014 Muhamadiyah Surakarta di Media Sosial Path). Solo: Universitas Muhamadiyah Surakarta.

<https://instagram.com/suryasahetapy>.

<https://kominfo.go.id>

<http://m-liputan6-com/surya-sahetaphy-putra-dewi-yull-yang-aktifitas-tuli>

<https://amp.kompas.com/tekno/read/2019/01/31/15320087/pengguna-harian-instagram-stories-tembus-angka-500-juta>

LAMPIRAN

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Ahmad Kholikul Faozi
NIM : 1522102002
Tempat, Tanggal Lahir : Cilacap, 09 Juli 1998
Jenis Kelamin : Laki - laki
Alamat Rumah : Cikuya, Kamulyan 03/05, Bantarsari, Cilacap
Alamat Domisili : Pesantren Mahasiswa An Najah Baturaden
Telepon : 08987110904
E-mail : Kholikulfaozi@gmail.com
Ayah : Sadirin
Ibu : Mungawanah
Alamat Orang Tua : Cikuya, Kamulyan 03/05, Bantarsari, Cilacap

B. Riwayat Pendidikan

1. Formal:
 - a. SD Negeri Kamulyan 02
 - b. SMP Nurul Huda Gandrungmangu
 - c. SMA Negeri 1 Bantarsari
 - d. IAIN Purwokerto
2. Pengalaman Organisasi
 - a. Pramuka SMA Negeri 1 Bantarsari dan Pesantren Mahasiswa An Najah
 - b. LPM SAKA dan Radio Star Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
 - c. PMII Rayon Dakwah - Komisariat Walisongo
 - d. Komunitas Pondok Pena

Purwokerto, 27 September 2019

Ahmad Kholikul Faozi