

MANAJEMEN IMPRESI BOBBY NASUTION SEBAGAI WALIKOTA MEDAN DI AKUN INSTAGRAM @BOBBYNST

**Isa Ansori; Vinisa Nurul Aisyah
Prodi Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas
Muhammadiyah Surakarta**

Abstrak

Seiring berkembangnya zaman, komunikasi dapat menggunakan media sosial salah satunya adalah Instagram. Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video serta fitur-fitur lain yang dapat menambah daya tarik pengguna. Instagram sangat potensial untuk membentuk opini masyarakat dalam berbagai hal, salah satunya adalah membentuk dan mengelola kesan individu. Dalam mengunggah foto dan video pengguna dapat melakukan manajemen impresi dengan memilah foto dan video sesuai dengan citra yang ia inginkan. Instagram adalah salah satu media yang banyak digunakan orang untuk membentuk dan mengelola kesan diri sehingga banyak politikus menggunakan Instagram untuk menampilkan citra salah satunya adalah Bobby Nasution yang terpilih menjadi Walikota Medan melalui pemilihan umum Walikota Medan 2020. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjabarkan bagaimana bobby mengelola manajemen impresi sebagai Walikota Medan di akun instagram miliknya Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan menganalisis konten yang terdapat di kanal Instagram @bobbynst. Penarikan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan tahun pertama Bobby menjabat sebagai Wali Kota Medan, program kerja prioritas, serta postingan yang paling menonjol manajemen impresinya. Validitas data dilakukan menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bobby Nasution menggunakan manajemen impresi yaitu *self promotion*, *self-promotion*, *supplication*, *ingratiation*, dan *intimidation*.

Kata Kunci : Instagram, Manajemen Impresi, Bobby Nasution

Abstract

Along with the development of the times, communication can use social media, one of which is Instagram. Instagram is an application for sharing photos and videos as well as other features that can add to the attractiveness of users. Instagram has the potential to shape public opinion in various ways, one of which is forming and managing individual impressions. In uploading photos and videos, users can manage impressions by sorting photos and videos according to the image they want. Instagram is one of the media that many people use to form and manage their self-image so that many politicians use Instagram to display their image, one of which is Bobby Nasution who was elected Mayor of Medan through the 2020 Medan Mayor election. The purpose of this research is to describe how Bobby manages impression management as Mayor of Medan on his Instagram account. This study uses the content analysis method by analyzing the content contained on the @bobbynst Instagram channel. Sampling used a purposive sampling technique with consideration of Bobby's first year as Mayor of Medan, priority work programs, as well as his most prominent impression management posts. Data validity was carried out using source training techniques. The results showed that Bobby Nasution

used impression management, namely self-promotion, self-promotion, supplication, ingratiation, and intimidation.

Keywords: Instagram, Impression Management, Bobby Nasution

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah salah satu komponen terpenting bagi makhluk sosial. Manusia dituntut untuk bisa berinteraksi dengan manusia lainnya. Kehidupan manusia sebagai makhluk sosial sangat ditentukan dengan cara komunikasi. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan orang lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali (Morissan, 2015). Semakin lihai kemampuan komunikasi maka semakin banyak benefit yang akan didapatkan manusia sebagai makhluk sosial.

Banyak ahli atau tokoh mempelajari bagaimana cara manusia berinteraksi satu sama lain atau cara manusia berkomunikasi. Mereka memiliki asumsi dan perspektif masing-masing. Salah satu yang menarik bagi penulis adalah perspektif dari seorang pakar teori sosial Erving Goffman dalam buku yang berjudul "*The Presentation of Self in Everyday Life*" (1959). Erving Goffman mengenalkan konsep dramaturgi, teori yang mengemukakan bahwa kegiatan interaksi sosial manusia memiliki makna yang sama dengan kegiatan teater atau drama.

Dengan berkembangnya zaman, kini komunikasi dapat dilakukan menggunakan media sosial. Media sosial menjadi saluran komunikasi yang hampir bisa dinikmati oleh semua orang. Media sosial juga sangat potensial untuk membentuk opini masyarakat dalam berbagai hal, salah satunya adalah membentuk dan mengelola kesan individu. Instagram adalah salah satu media yang banyak digunakan orang untuk membentuk dan mengelola kesan diri. 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 (Kertamukti, 2018).

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Aspling yang berjudul *The private and the public in online presentations of the self* mengatakan bahwa banyaknya jumlah pengguna media jejaring sosial dimanfaatkan benar sebagai arena pencitraan (Aspling, 2011). Terlebih lagi, keberagaman pengguna sangatlah banyak, semua pesan yang disampaikan

melalui media jejaring sosial dapat disampaikan secara serentak, tanpa terhalang status sosial atau kelas tertentu. (Fitri, 2015)

Bobby Nasution memiliki akun instagram dengan *username* yaitu bobbyst. Walikota Medan cukup aktif di media sosial terutama instagram. Ia konsisten mengupload kegiatan sehari-harinya sebagai Walikota Medan. Ia memiliki *followers* sebanyak 342.000 ribu dan postingan berupa foto dan video sebanyak 1.996. Bobby Nasution adalah pengusaha yang mengawali karirnya di bidang *real estate*. Bobby Nasution terpilih menjadi walikota Medan ke-18 periode 2020-2025 melalui pemilihan umum Walikota Medan 2020. Dari sekian banyak tokoh politik Bobby Nasution tergolong orang baru yang masuk dunia politik. Bobby Nasution merupakan menantu dari presiden Joko Widodo. Pada saat mencalonkan diri sebagai Walikota Medan, Sosok Bobby Nasution sering dikaitkan dengan isu dinasti politik.

Penelitian terdahulu yang menjadi rujukan adalah penelitian mengenai penampilan dramaturgi dari Anies Baswedan dalam kampanye pemilihan Gubernur DKI Jakarta 2017. Penelitian ini menyatakan bahwa Anies telah melakukan pengelolaan pesan panggung depan dengan baik meskipun ada kesenjangan antara panggung depan dan belakang. Kesenjangan yang dimaksudkan adalah berbedanya pernyataan Anies Baswedan dengan yang dilakukan sehari-hari oleh beliau. (Priyadi, 2018)

Kemudian penelitian yang lain yang menjadi rujukan adalah penelitian mengenai manajemen impresi dari Gibran Rakabuming dalam pemilihan Walikota Solo. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa Gibran Rakabuming lebih sering menggunakan manajemen impresi *ingratiation* sedangkan yang paling sedikit digunakan adalah *intimidation*. (Gusti Ayu Nino Leonita et al., 2021)

Penelitian yang menjadi acuan selanjutnya adalah penelitian mengenai manajemen impresi dari Ma'ruf Amin saat debat Pilpres 2019. Penelitian ini menyatakan bahwa Ma'ruf Amin lebih dominan strategi manajemen impresi *self-promotion* dan *ingratiation*. (I. E. Saptanti, 2020)

Penelitian selanjutnya yang menjadi acuan yakni penelitian mengenai manajemen kesan dari Joko Widodo dalam Pemilihan Presiden 2019. Penelitian ini menunjukkan bahwa Jokowi dalam membangun panggung depan menggunakan citra positif dengan menonjolkan keberhasilan dalam membangun infrastruktur, mempertahankan harga yang

stabil di pasar tradisional, memperjuangkan kesejahteraan atlet, dan mendorong dana desa untuk mengembangkan desa-desa. (Juniarti et al., 2018)

Penelitian terdahulu yang menjadi acuan lagi adalah penelitian mengenai manajemen kesan dari Agnes Monica. Penelitian ini menunjukkan bahwa Agnes Monica hanya menggunakan tiga taktik manajemen kesan yakni *ingratiation*, *self-promotion*, dan *supplication*. Strategi manajemen kesan yang paling sering digunakan yaitu *ingratiation* dan *self promotion*, yang membuat terlihat baik, kompeten, dan menarik (Alim, 2014)

Penelitian sebelumnya yang menjadi rujukan penulis yakni penelitian mengenai manajemen kesan dari Ruben Onsu saat pengangkatan anak (Betran Peto). Penelitian ini menyatakan bahwa Ruben Onsu paling sering menampilkan manajemen impresi *exemplification*, ia ingin mendapatkan kesan sebagai publik figur sekaligus ayah yang berintegritas dan layak secara moral. (Bernadi et al., 2020)

Peneliti tertarik dengan bagaimana Bobby Nasution yang berperan sebagai aktor di panggung politik dan bagaimana ia mengelola strategi manajemen impresi sebagai pejabat publik di media sosial Instagram miliknya.

1.2 Manajemen Kesan

Tidak hanya dramaturgi yang dikenalkan oleh Erving Goffman namun ada manajemen impresi dan *self presentation*. Manajemen impresi adalah teknik yang digunakan seseorang untuk mendapatkan kesan dan tujuan tertentu dalam situasi tertentu. Jadi sebagai seorang politikus sangat penting sekali mengelola manajemen kesan agar mereka mendapatkan citra baik dan diterima oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan Goffman yang menjelaskan bahwa ketika seseorang berinteraksi maka mereka berusaha untuk menciptakan gambaran diri atau presentasi diri atau *self presentation* agar diterima oleh orang lain seperti busana yang dipakai, cara berjalan dan berbicara dapat digunakan untuk presentasi diri (Jazuli M, 2014).

Jones dan Pittman menyatakan bahwa ada lima klasifikasi manajemen kesan yang terdiri dari *ingratiation*, *intimidation*, *self promotion*, *exemplification*, dan *supplication* (Jones et al., 1982). Menurut Metts ia menyatakan bahwa klasifikasi manajemen impresi *ingratiation* yakni penyampaian pesan agar menampakkan citra bagi publik yang baik, menyenangkan, senang membantu, menghargai pihak lain, dan menunjukkan *vibes* positif (Kriyantono, 2014). Klasifikasi manajemen impresi yang kedua yakni *intimidation*, menampilkan sebagai seseorang yang mempunyai *power* (kekuatan) dan

mempunyai kemampuan untuk menimbulkan rasa takut pada lawan. Klasifikasi manajemen impresi selanjutnya adalah *self-promotion*, menunjukkan bahwa dirinya sebagai orang yang kompeten, memiliki penghargaan dan prestasi serta memamerkan hal-hal positif yang sudah pernah dilakukan. Klasifikasi manajemen impresi yang keempat yakni *exemplification*, menunjukkan bahwa dirinya bermoral, dan berintegritas yang jujur, disiplin, dermawan, rela berkorban serta mampu menjadi teladan bagi semua orang. Biasanya hal ini dipromosikan dengan menunjukkan keahlian yang dimiliki. Klasifikasi manajemen impresi yang terakhir adalah *supplication*, menunjukkan citra sebagai pihak yang lemah dimana membutuhkan bantuan dan pertolongan dari suatu krisis.

Selain itu hal tersebut dilakukan agar mereka mendapat pengaruh dari orang yang dituju. Goffman menjelaskan bahwa sebagai penampil (*self as performer*) bukan sebagai produk sosial namun individu yang memiliki dasar motivasi. Kesan yang ingin dibuat kepada orang lain menghasilkan pesan yang akan dikomunikasikan ke publik. Pesan komunikasi tidak hanya sekedar pembentuk kesan akan tetapi mengkomunikasikan citra diri dengan cara-cara tertentu. Misalnya ketika bertemu dengan orang yang memiliki jabatan tinggi maka kita akan menyesuaikan diri dengan menampilkan sikap tertentu (DeVito, 2009).

Manusia merupakan aktor dari pertunjukkan dramanya sendiri untuk membentuk karakteristik personal dan mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, politikus berusaha mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya. Seperti halnya pertunjukkan drama, seorang aktor drama kehidupan juga perlu mempersiapkan kelengkapan pertunjukkan. Kelengkapannya antara lain *setting* foto yang akan diposting, caption postingan, kostum atau pakaian yang digunakan, penggunaan kata dalam status, dialog yang terjadi di kolom komentar, serta tindakan *non verbal* lainnya seperti pemilihan *icon emoticon*. Hal ini tentu untuk bertujuan meninggalkan kesan yang baik dan memuluskan jalan agar mencapai tujuan (Saputro & Diniati, 2017).

Banyak tokoh politik menggunakan media sosial untuk membangun citra diri mereka terutama ketika dalam masa kampanye dibuktikan melalui penelitian seperti dramaturgi Anies Baswedan dalam kampanye pemilihan Gubernur 2017, dan manajemen impresi dari Gibran Rakabuming dalam pemilihan Wali Kota Solo 2020.

1.3 Instagram

Instagram adalah media sosial yang bisa mengunggah foto dan video. Pengguna Instagram juga bisa mendapatkan *like* dari postingan yang mereka unggah, begitupun sebaliknya pengguna Instagram dapat menyukai postingan orang lain. Dalam media sosial ini ada fitur seperti followers, pencarian, komentar, dan *live*. Kemudahan dan kecepatan Instagram dalam membagikan foto dan video sangat disukai pengguna, ditambah dengan adanya fitur filter yang bermacam-macam memberikan cara baru untuk berinteraksi melalui foto dan video. (Ma'aruf & Putra, 2019)

Keunggulan lain dari Instagram adalah postingan di Instagram bisa disebarluaskan juga melalui media sosial lain seperti Facebook dan Twitter sehingga konten penyebarannya luas tidak hanya antar pengguna Instagram saja. Instagram sangat cocok jika digunakan sebagai media promosi, personal branding, dan pencitraan karena konten berupa audio visual sehingga memudahkan orang lain untuk memahami isi pesan yang disampaikan dan membuat audien tertarik informasi lebih lanjut (Fauzia et al., 2019).

Berdasarkan data yang telah dipublish DataReportal pada Juni 2022 menunjukkan bahwa pengguna Instagram di Indonesia mencapai 99,15 juta jiwa. Angka tersebut telah mencapai 35,7 persen total penduduk Indonesia pada awal tahun 2022 (Rauf Nuryama, 2022). Melihat peluang yang begitu besar banyak tokoh politik memanfaatkan media sosial terutama Instagram untuk memaksimalkan citra baik mereka di media sosial. Penggunaan Instagram sebagai media politik dibagi menjadi empat tugas pokok yaitu penyiaran pesan, mobilisasi massa, mengelola citra, dan melengkapi materi kampanye (Filimonov et al., 2016).

Presentasi diri adalah bagian dari manajemen impresi. Media sosial menjadi ruang bebas untuk semua orang termasuk juga di Instagram. Semua orang bebas untuk mengunggah foto dan video termasuk politikus untuk menonjolkan presentasi diri yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Sebuah makna pesan dapat terbentuk dari tindakan yang dilakukan individu (Pamungkas & Aisyah, 2022). Mulai dari interaksi secara tatap muka bahkan presentasi diri palsu atau sama sekali berbeda dengan kehidupan sehari-hari bisa mereka narasikan di Instagram. Media baru memberi ruang bagi semua orang untuk menampilkan diri mereka tanpa perlu takut lagi filter yang dilakukan media (Šimunjak et al., 2017). Kontrol terhadap konten sepenuhnya ada di

tangan orang yang mempunyai akun. Mereka bebas dan leluasa untuk menerapkan manajemen impresi sesuai kehendak mereka tanpa bantuan dari pihak media massa. Dengan adanya media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter pastinya mereka akan lebih hemat dari segi dana pengeluaran kampanye karena memungkinkan politikus kampanye secara gratis (Stanyer, 2008).

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis isi untuk menganalisis konten di kanal Instagram @bobbyst. Menurut Altheide dalam melakukan analisis isi penulis perlu memperhatikan beberapa hal yaitu *context* (isi) atau situasi sosial bahan yang akan diriset, proses (*process*) atau bagaimana pesan dikreasi secara aktual dan diorganisasikan bersama, dan *emergence*, pembentukan secara bertahap makna pesan melalui interpretasi dan pemahaman (Altheide, 1996) Dengan menggunakan analisis isi peneliti mempelajari isi media, isi pesan, karakteristik pesan, gambaran isi, dan perkembangan dari suatu sisi (Eriyanto, 2011).

Unit analisis merupakan salah satu komponen penelitian kualitatif yang berkaitan dengan masalah penentuan apa yang dimaksud dalam penelitian. Unit analisis dari penelitian ini adalah manajemen impresi dari Bobby Nasution. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh postingan dari Bobby Nasution di akun Instagramnya sebanyak 1.996 postingan.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D mengatakan bahwa teknik *purposive sampling* adalah pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu dari peneliti (Sugiyono, 2016) Dalam penelitian ini penulis akan mengambil 9 postingan yang ada di Instagram milik Bobby Nasution dengan nama akun @bobbyst. Penulis mengambil foto-foto tersebut dengan pertimbangan berdasarkan pengamatan penulis foto-foto tersebut adalah postingan tahun pertama Bobby Nasution sebagai Wali Kota Medan, postingan yang dirasa paling menunjukkan manajemen impresi dari Bobby Nasution serta postingan mengenai program kerja prioritas dari Bobby Nasution sebagai Walikota Medan yaitu kebersihan, kesehatan, banjir, infrastruktur, dan kawasan *heritage* Kota Kesawan

Objek penelitian adalah fokus apa yang diteliti dalam penelitian yaitu manajemen impresi di Instagram sedangkan subjek dari penelitian ini adalah Bobby Nasution yang

menggunakan Instagram. Data primer dalam penelitian ini adalah postingan Bobby Nasution di kanal akun instagramnya sedangkan data sekunder didapatkan dari artikel dan jurnal. Dalam penelitian kualitatif, terdapat data yang bisa dinyatakan valid atau berbeda saat peneliti mencari data. Data-data tersebut diukur menggunakan uji validitas melalui teknik triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber, cara, dan waktu (Sugiyono, 2016). Dengan demikian ada tiga jenis triangulasi yaitu triangulasi sumber, teknik pengumpulan data, dan waktu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber untuk menguji keabsahan dan menggali kebenaran dari sumber data yang dikumpulkan. Triangulasi sumber dari penelitian ini didapatkan melalui akun Instagramnya @bobbyst, artikel, dan jurnal yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan pesan atau manajemen impresi Bobby Nasution sebagai Walikota Medan di akun Instagram miliknya. Dari hasil pengamatan peneliti yang dilakukan peneliti mulai dari setelah Bobby dilantik 2021. Peneliti hanya fokus pada postingan mengenai program kerja prioritas yang paling menunjukkan manajemen impresi dari Walikota Medan yaitu kebersihan, kesehatan, banjir, infrastruktur, dan kawasan *heritage* Kota Kesawan yang ditampilkan Bobby di Instagramnya.



Gambar 1. FO

Pada gambar 1 mengandung *Context* yaitu RSUD Pirngadi merupakan satu-satunya rumah sakit yang pemerintah daerah Medan miliki saat ini. Rumah sakit

merupakan garda terdepan kesehatan apalagi saat pandemi Covid-19 kemarin, banyak orang keluar masuk ke rumah sakit karena terkena virus Covid-19.

Postingan tersebut diunggah oleh Bobby Nasution pada tanggal 4 Maret 2021 dimana pada saat itu pandemi masih menghantui masyarakat. Keadaan kasus Covid-19 di Medan dapat dikategorikan rendah namun berdasarkan Instruksi Gubernur Sumut Nomor 188.54/5/INST/2021 tentang Perpanjangan Pembatasan Kegiatan Masyarakat dalam Rangka Pengendalian Penyebaran *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19) di Provinsi Sumut, di perpanjang PPKM hingga 14 Maret

Pada *Process* gambar 1 adalah berawal dari Bobby melakukan sidak di Rumah Sakit Umum Daerah Pirngadi untuk memeriksa keadaan rumah sakit, kinerja tenaga kesehatan, infrastruktur, dan pasien. Kemudian ia menemui fakta bahwa masih banyak fasilitas yang tidak bisa digunakan lagi oleh tenaga kesehatan. Bobby menekankan bahwa hal tersebut akan menjadi perhatian utama pemerintah kota Medan mengingat rumah sakit menjadi garda terdepan dalam melayani kesehatan masyarakat. dalam penulisan caption.

Berdasarkan gambar 1 memiliki *emergence* yaitu hasil observasi dari foto postingan tersebut Wali Kota Medan menunjukkan sedang memberikan pengarahan, memeriksa serta bertanya mengenai RSUD Pirngadi kepada karyawan, dan tenaga kesehatan kemudian ada satu momen foto dalam postingan tersebut Bobby Nasution sedang bercakap-cakap dengan pasien di RSUD Pirngadi.

Gambar 1 menjelaskan bahwa Bobby sedang melakukan sidak di RSUD Pirngadi Medan untuk meninjau kualitas tenaga kesehatan dan sistem pendaftaran di tempat tersebut. Dalam gambar 1 Bobby menggunakan manajemen impresi *intimidation* dibuktikan pada saat ia berusaha menunjukkan sikap yang tegas dan menggunakan *power* sebagai Walikota untuk mengecek langsung rumah sakit di Medan. Selain manajemen impresi *intimidation* Bobby juga melakukan manajemen impresi *ingratiation* dimana ia menunjukkan sebagai sosok yang bermoral, peduli pada rakyatnya dengan mengunjungi pasien yang ada di rumah sakit tersebut.



Gambar 2. ingratiation

Pada *context* gambar 2 menjelaskan bahwa Medan adalah salah satu kawasan yang sering menjadi langganan banjir tiap tahun (Simarmata, 2022). BMKG memperkirakan bahwa untuk musim hujan pada tahun 2021 akan terjadi di bulan Oktober- November. Namun bukan berarti belum masuk musim hujan pemerintah kota Medan enggan melakukan mitigasi banjir. Banjir yang terjadi di Medan seringkali penyebabnya adalah sampah yang menutup akses air untuk mengalir.

Pada *process* gambar 2 menerangkan bahwa Bobby Nasution serta Pemerintah Kota Medan melakukan pengorekan sungai disebabkan sedimentasi yang tinggi agar sungai dapat menampung air dengan maksimal. Dalam postingan tersebut foto Bobby Nasution berdampingan dengan *background* dan tulisan “Gercep Pengorekan dan Pembersihan Parit Sulang-saling”. *Background* tulisan tersebut berwarna merah dan hijau memberikan kesan yang kuat dan tegas sedangkan kalimat dengan warna putih agar tulisan terlihat lebih jelas. Kemudian kalimat tersebut menerjemahkan bahwa Pemerintah Kota Medan akan serius dalam menangani permasalahan sampah dengan cepat. Masing-masing warna dalam postingan tersebut mempunyai arti yang berbeda-beda seperti merah diartikan perang, putih bisa diartikan terisolasi, dan hijau dapat diartikan sebagai ketentrangan. (Monica & Luzar, 2011)

Emergence pada gambar kedua sampai keenam menunjukkan bahwa timnya sangat antusias dalam mengerjakan tugasnya. Pengorekan dilaksanakan tidak hanya di

satu titik namun ada 5 titik kecamatan yaitu Medan Amplas, Medan Timur, Medan Perjuangan, Medan Area, dan Medan Denai. Hasil observasi dari peneliti menemukan bahwa warga Medan kesadaran membuang sampah pada tempatnya masih sangat rendah sehingga banyak sungai dan drainase yang tersumbat oleh sampah.

Gambar 2 menunjukkan Bobby Nasution dominan dalam melakukan manajemen impresi *self promotion*, dan *supplication*. Dalam gambar tersebut manajemen impresi *self promotion* dibuktikan dengan paragraph kedua dalam caption postingan yaitu “Penanganan banjir tidak hanya pengorekan. Tetapi akan dibuatkan *grand designnya*, sehingga terpetakan agar dapat diketahui bagaimana solusinya.” Itu merepresentasikan bahwa Bobby adalah orang kompeten yang mempunyai solusi terhadap masalah banjir dialami Medan tiap tahun. Kemudian manajemen impresi *supplication* dalam postingan tersebut bisa tercermin pada paragraph terakhir caption yaitu “Mari berkolaborasi untuk tidak membuang sampah ke parit atau sungai agar persoalan banjir dapat teratasi.”. Pemerintah Kota Medan tidak bisa bergerak sendiri namun perlu bantuan serta kolaborasi dengan warga untuk menyelesaikan permasalahan banjir.



Gambar 3. supplication

Context pada gambar 3 menerangkan terminal amplas adalah salah satu dari beberapa terminal yang ada di Kota Medan. Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi di Medan mengakibatkan mobilitas warga semakin naik dari tahun ke tahun. Perkembangan aktivitas ekonomi membentuk sebuah kawasan yang disebut Mebidang (Kota Medan, Kota Binjai, dan Kabupaten Deli Serdang). Kawasan ini menjadi pusat ekonomi di

wilayah Provinsi Sumatera Utara. Naiknya mobilitas warga sejalan dengan bertambahnya angka kemacetan, kecelakaan, serta stres yang dialami masyarakat Medan. Kemacetan di Kota Medan terjadi di beberapa jalan nasional dan provinsi antara lain yaitu Jalan Jamin Ginting, Jalan Dr. Mansyur, Jalan Sisingamangaraja, Jalan Juanda dan Jalan Katamso. Kemacetan ini biasa terjadi di jam sibuk pagi dan jam sibuk sore (Suci Susanti & Maria Magdalena, 2015).

Process pada gambar 3 menjelaskan bahwa revitalisasi terminal amplas merupakan salah satu program prioritas dari Pemerintah Kota Medan dalam bidang infrastruktur. Revitalisasi ini ditujukan agar masyarakat beralih dari transportasi pribadi ke transportasi umum yang nantinya akan terintegrasi dengan perekonomian sekitar seperti mall, hotel, tiket elektronik, dan lain sebagainya.

Dalam postingan tersebut ada kalimat “REVITALISASI TERMINAL AMPLAS” dengan warna kuning sebagai bentuk optimism serta idealisme pemerintah Kota Medan. Dampak psikologis dari warna tersebut adalah lebih menarik perhatian audiens, kecepatan, menyakitkan mata, dan menambah konsentrasi. Kemudian ada keterangan deskripsi mengenai proyek revitalisasi dalam foto postingan tersebut dengan *background* warna merah yang sering diinterpretasikan semangat, enerjik, kekuatan, serta agresif. Jika menggunakan warna merah maka objek tersebut lebih menarik perhatian. Bagian paling bawah dengan *background* warna *orange*, Walikota Medan menekankan bahwa revitalisasi ini diharapkan kedepan akan memberikan kenyamanan masyarakat dalam menggunakan transportasi umum. Warna *orange* ditafsirkan memberikan tambahan energi, kreativitas, stimulasi, serta kesehatan. (Monica & Luzar, 2011)

Emergence pada gambar 3 menunjukkan hasil observasi dari postingan tersebut yaitu banyak warga masih belum memiliki kesadaran untuk menggunakan transportasi umum, mereka lebih memilih menggunakan transportasi pribadi yang menyebabkan kemacetan di beberapa titik lokasi. Oleh karena itu dengan revitalisasi ini diharapkan bisa mengurangi kemacetan dan yang paling penting masyarakat beralih ke transportasi umum.

Gambar 3 dalam postingan yang diunggah 4 Juni 2021 itu Pemerintah Kota Medan berkomitmen untuk mewujudkan revitalisasi terminal amplas. Sangat jelas terdapat foto Bobby Nasution dalam postingan tersebut serta ia memberikan informasi bahwa proyek ini sudah berjalan dan dijadwalkan akan selesai tahun 2022. Hal tersebut

menunjukkan bahwa Bobby Nasution dalam postingan tersebut menggunakan manajemen impresi *self promotion*, ia menampilkan dirinya yang kompeten, serta komitmen dalam revitalisasi Terminal Amplas.



Gambar 4. self promotion

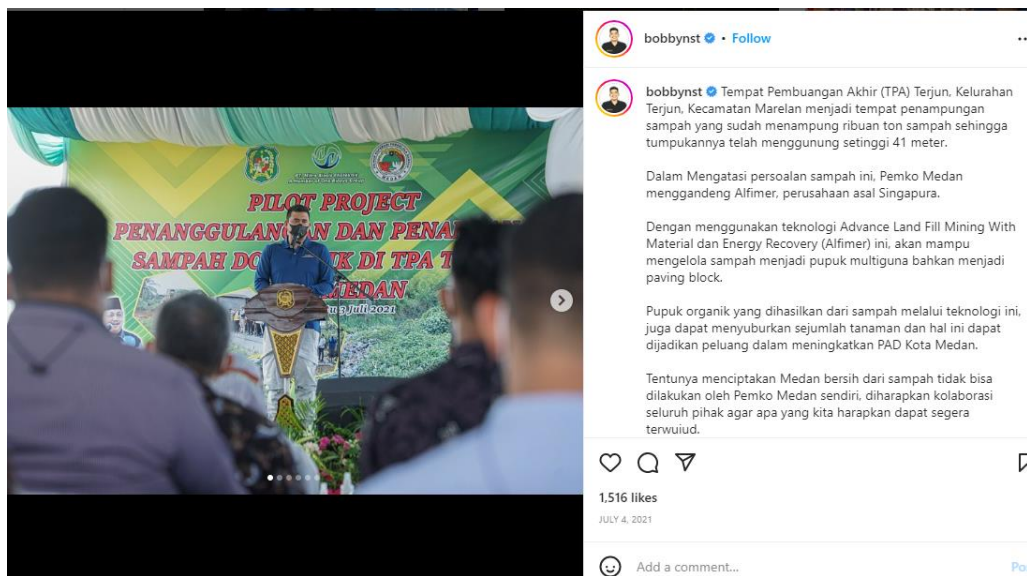
Context pada gambar 4 menjelaskan bahwa Kesawan adalah salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Medan Barat. Kesawan merupakan kawasan bersejarah di Kota Medan, banyak bangunan dan gedung bersejarah dalam kawasan tersebut. Pada tahun 2002 kawasan ini sempat menjadi kawasan pusat makanan namun hal tersebut tidak berlangsung lama. Pada tahun 2007 Kawasan Kesawan sempat ditutup dan tidak difungsikan lagi hingga akhirnya tahun 2013 kawasan ini difungsikan sebagai pusat perdagangan dengan ruko dua lantai. Sesuai dengan instruksi Wali Kota Medan kawasan ini akan direvitalisasi pada awal tahun 2022. Konsep dari revitalisasi ini nantinya akan sama dengan Kota Lama yang ada di Semarang, masih menampilkan konsep retro dari bangunan dan gedung.

Process pada gambar 4 membahas mengenai program tersebut bentuk keseriusan Bobby Nasution sebagai Wali Kota Medan dalam infrastruktur serta perekonomian. Jadi dalam revitalisasi ini tidak hanya penataan bangunan namun setelah revitalisasi selesai kawasan ini akan menjadi pusat perekonomian dengan aneka ragam kuliner sebagai *branding* baru Kota Medan yaitu *The Kitchen of Asia*. Dengan upaya tersebut Bobby Nasution berharap bahwa akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Medan.

Background warna kuning pada gambar tersebut menafsirkan sebuah optimisme, dan idealisme. Warna tersebut memberikan efek paling menarik perhatian etika menggunakannya. Kalimat warna biru “Penataan Kawasan Kota Lama Kesawan Kota Medan” yang memiliki makna yaitu pengetahuan, kedamaian, keadilan, dan intelektual (Monica & Luzar, 2011). Kalimat tersebut dengan *background* warna kuning memiliki penafsiran bahwa penataan kawasan Kota Kesawan adalah optimisme Pemerintah Kota Medan dimana kawasan ini bisa menjadi sebuah pusat perekonomian jika ditata dan kelola dengan benar.

Emergence yang bisa disimpulkan pada gambar 4 yaitu rakyat diharap menunggu sampai proyek revitalisasi ini jadi kemudian setelah proyek ini selesai maka sebagai rakyat yang mencintai Kotanya seharusnya menjaga Kawasan Kesawan ini agar tetap orisinal setelah melalui tahap revitalisasi.

Dalam foto terakhir postingan tersebut ada kalimat “Kalau sudah terealisasi kita jaga sama-sama yaa, biar anak, cucu, cicit, kita juga merasakannya” itu menampilkan bahwa Bobby Nasution membutuhkan warga untuk menjaga kawasan kesawan secara bersama. Itu menafsirkan bahwa Bobby Nasution menggunakan manajemen impresi *supplication* dimana Wali Kota Medan membutuhkan dan meminta bantuan kepada rakyat Medan. Dalam postingan tersebut Bobby menekankan bahwa ia ingin meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) kemudian ia juga mengubah kawasan yang biasa-biasa saja menjadi wisata daerah yang akan menumbuhkan lapangan pekerjaan. Ini menginterpretasikan bahwa Bobby Nasution dengan menggunakan manajemen impresi *self promotion* dengan menunjukkan sikap dan tindakan yang cukup mahir dalam mengelola tata ruang kota dan pemerintah.



Gambar 5. Self Promotion 2

Context dalam gambar 5 memiliki keadaan yaitu pada tahun 2018 Kota Medan dinobatkan sebagai salah satu kota terjorok di Indonesia. Predikat tersebut menjadi aib bagi kota Medan sendiri oleh karena itu Bobby Nasution menjadikan kebersihan sebagai salah satu dari lima program prioritas Kota Medan. Pemerintah Kota Medan mendapatkan predikat kota terjorok disebabkan karena pada saat itu Pemerintah Kota Medan masih menerapkan organisi *open dumping* dalam mekanisme pembuangan akhir sampah. Namun sekarang Pemerintah Kota Medan sudah mengubahnya menjadi *sanitary landfill*. Begitu juga dengan nasibnya Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Terjun sekarang sudah menerapkan organisi pengelolaan sampah *sanitary landfill*. TPA Terjun ini berada di Kecamatan Marelan.

Process dalam gambar 5 tersebut Bobby menjelaskan bahwa Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Terjun dapat menampung sampah sampai ribuan ton. Sekarang TPA Terjun sudah mencapai ketinggian 41 meter. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Dinas Kebersihan dan Pertamanan Kota Medan setiap warga Kota Medan menghasilkan 0,7 kg sampah per hari. Badan Pusat Statistik telah merilis jumlah penduduk Kota Medan tahun 2022 adalah sekitar 2,4 Juta orang. Jika sampah yang dihasilkan tiap orang dikalikan dengan jumlah penduduk maka akan menghasilkan sekitar 1600 ton per hari. (Larasati et al., 2018). Oleh karena itu Pemerintah Kota Medan menggaet perusahaan asal Singapura, Alfimer untuk mengurangi sampah organik yang nantinya tidak hanya

sebagai pupuk multiguna namun bisa meningkatkan Pendapat Asli Daerah (PAD) Kota Medan

Emergence yang bisa disimpulkan berdasarkan gambar 5 yaitu masih banyak masyarakat Medan yang kesadaran mengenai kebersihan masih rendah oleh karena itu Bobby meminta dan mengajak seluruh masyarakat Medan untuk bersama-sama melakukan kolaborasi agar Kota Medan menjadi kota yang bersih.

Permasalahan sampah menjadi persoalan bagi semua kota terutama Kota Medan yang pernah mendapat predikat kota terjorok Pada postingan tersebut Bobby menggunakan manajemen impresi *self promotion*. Bobby Nasution ingin membuktikan bahwa dirinya mampu untuk menyelesaikan permasalahan sampah yang ada di Medan dengan menggandeng perusahaan asal Singapura.

Manajemen impresi ditunjukkan pada kalimat akhir di caption yaitu “Tentunya menciptakan Medan bersih dari sampah tidak bisa dilakukan oleh Pemko Medan sendiri, diharapkan kolaborasi seluruh pihak agar apa yang kita harapkan dapat segera terwujud.” Menunjukkan bahwa Wali Kota Medan membutuhkan bantuan untuk kolaborasi mewujudkan Medan bersih tanpa sampah.



Gambar 6. Impresi

Context pada gambar 6 yaitu, Virus Covid 19 masuk ke Indonesia pada awal tahun 2020 pada bulan Februari. Berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Status Bencana Non-Alam Covid-19 sebagai Bencana Nasional. Kemudian Pemerintah Indonesia menghimbau untuk seluruh Pemerintah Daerah untuk melakukan *lockdown* guna mengurangi penyebaran virus Covid 19. Mulai dari situ

Pemerintah Indonesia kewalahan karena fasilitas kesehatan yang ada di Indonesia masih kurang dari kata sempurna dan perlu menjadi fokus prioritas agar nantinya keadaan darurat seperti pandemic Covid 19 pemerintah tidak bingung dan kewalahan, begitupun yang dilakukan Pemerintah Kota Medan dimana kesehatan menjadi program prioritas dari Wali Kota Medan yang terpilih pada Pemilihan Umum 2020 yaitu Bobby Nasution.

Untuk keberlangsungan hidup warga agar roda ekonomi, sosial, budaya, dan politik seperti semula atau normal maka Pemerintah Pusat menghimbau seluruh rakyat Indonesia melakukan vaksin Covid 19 dalam mencapai *herd immunity* (kekebalan tubuh).

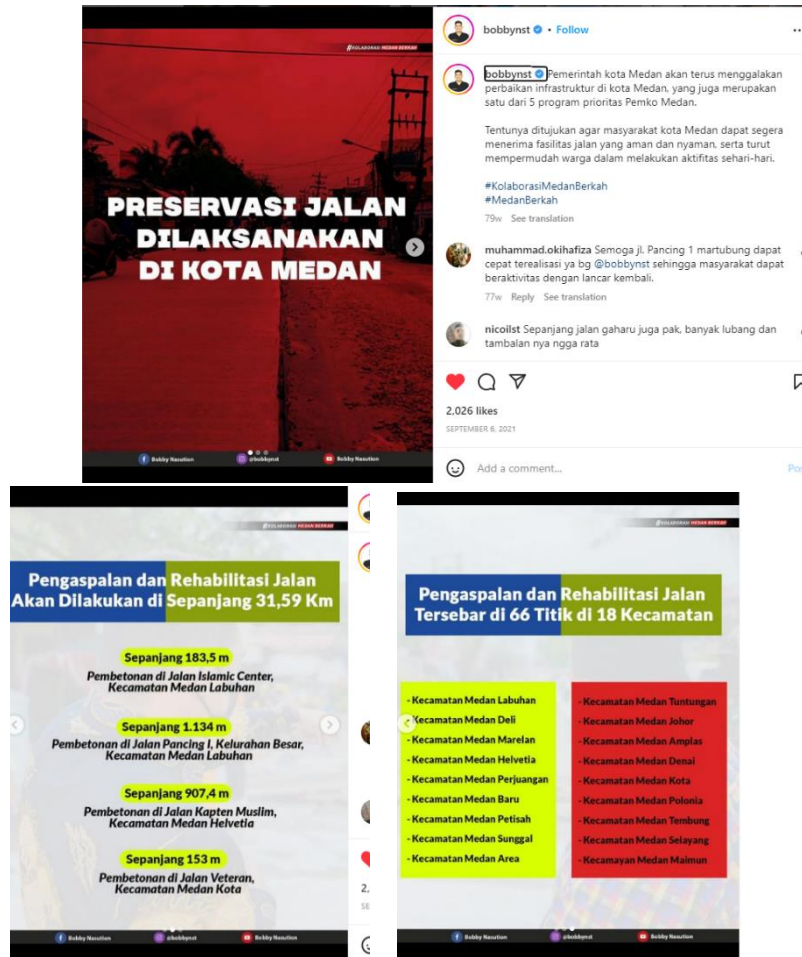
Process pada gambar 6 Bobby menjelaskan bahwa untuk menekan penyebaran Covid 19 dan mempercepat *herd immunity* maka Pemerintah Kota Medan melakukan vaksinasi bagi masyarakat. Kemudian Bobby mengklarifikasi bahwa Pemerintah Kota Medan tidak menunda pelaksanaan vaksinasi namun karena stok yang terbatas maka mengalami kendala untuk distribusi vaksin kepada masyarakat Medan. Berdasarkan pernyataan dari Dinas Kesehatan Kota Medan menjelaskan bahwa pelaksanaan vaksinasi dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama Pemerintah Kota Medan menerima 20.000 vaksin yang diprioritaskan untuk tenaga kesehatan. Tahap kedua Pemerintah Kota Medan menerima 96.000 vaksin yang diperuntukkan untuk petugas pelayan public seperti Aparatur Sipil Negara (ASN) (Fitriani Pramita Gurning et al., 2021).

Pemerintah Kota Medan dalam melakukan vaksinasi berkolaborasi dengan berbagai pihak salah satunya adalah Badan Komunikasi Pemuda Remaja Masjid Indonesia (BKPMRI). Bobby menambahkan bahwa Pemerintah Kota Medan telah melaksanakan vaksinasi di Masjid Al Ikhlas, Medan Johor, dan empat masjid lainnya dari empat kecamatan dengan target setiap masjid melakukan vaksinasi 200 orang.

Emergence yang dapat disimpulkan pada gambar 6 ketika Bobby menjelaskan penundaan dalam vaksinasi terjadi karena stok yang terbatas. Hal tersebut menginterpretasikan bahwa masyarakat telah menunggu kelanjutan dari program vaksinasi Pemerintah Kota Medan. Postingan ini digunakan sebagai informasi bagi rakyat yang menunggu.

Manajemen impresi *supplication* ditunjukkan dengan Bobby Nasution menggandeng Badan Komunikasi Pemuda Remaja Masjid Indonesia (BKPMRI) untuk bersama-sama melakukan vaksinasi massal di area masjid dengan target empat kecamatan yang ada di Medan. Manajemen impresi *Ingratiation* dapat dilihat ketika Bobby

menunjukkan dirinya sebagai Wali Kota yang peduli dengan rakyat bahkan ia sampai ikut datang menemani dan memastikan vaksinasi berjalan dengan lancar.



Gambar 7. Kepemimpinan Waki Kota

Context pada gambar 7 menjelaskan bahwa dalam kepemimpinan Wali Kota Medan sekarang sangat memprioritaskan infrastruktur lebih tepatnya dalam memperbaiki jalan yang rusak. Banyak jalan di Medan mengalami kerusakan sangat parah. Warga merasa resah ketika ada jalan yang berlubang apalagi jika musim hujan itu sangat membahayakan pengguna jalan.

Process pada gambar 7 dapat dilihat di poster pertama menggunakan *background* warna merah yang mampu memberikan kesan pada seseorang menaklukkan, ekspansif, dan vital. Itu menafsirkan sesuai dengan narasi utama dari program prioritas Bobby Nasution yaitu bidang infrastruktur. Kalimat “RESERVASI JALAN DILAKSANAKAN DI KOTA MEDAN” dengan warna putih memberikan kesan sebagai warna paling terang

agar kalimat tersebut dapat dibaca dengan mudah oleh audiens. *Slide* kedua ada kalimat "Pengaspalan dan Rehabilitasi Jalan Akan Dilakukan di Sepanjang Jalan 31,59 Km" dengan warna *background* biru dan hijau. Warna biru memberikan kesan tantangan sedangkan warna hijau memberikan kesan keseimbangan dan selaras. Di *slide* ketiga postingan dijelaskan lebih rinci mengenai kecamatan mana saja yang akan direvitalisasi dengan *background* warna merah yang memberikan kesan kecamatan yang paling prioritas untuk revitalisasi dibandingkan dengan kecamatan yang lain. (Purnama, 2010)

Emergence yang bisa disimpulkan pada gambar 7 adalah banyaknya jalan di Medan rusak pasti rakyat merasa kesal dengan hal tersebut. Bobby juga sering mendapatkan keluhan terkait jalan yang mengalami kerusakan tersebut lalu Bobby Nasution berjanji bahwa Pemerintah Kota Medan akan segera memperbaiki jalan-jalan yang mengalami kerusakan. Pada bulan September 2021 Pemerintah Kota Medan secara massif merevitalisasi jalan yang membutuhkan perbaikan. Dijelaskan dalam postingan tersebut Pemerintah Kota Medan merevitalisasi sejauh 31,9 Km. Warga yang mendengar kabar terkait revitalisasi ini menyambut dengan baik program tersebut. Dengan adanya program revitalisasi jalan ini warga dimudahkan mobilisasi dalam melakukan aktifitas sehari-hari.

Manajemen impresi *self promotion* ditunjukkan ketika banyak laporan warga terkait dengan jalan yang rusak oleh karena itu Bobby Nasution menjadikan perbaikan jalan menjadi program prioritas Pemerintah Kota Medan. Itu menunjukkan bahwa ia orang yang kompeten, Bobby tau mana yang prioritas yang harus ia lakukan tidak hanya asal-asalan dalam membuat program kerja. Ia menyesuaikan dengan kebutuhan dari Kota Medan. Manajemen impresi *Ingratiation* dilihat ketika Ia menunjukkan rasa kepedulian kepada rakyat di caption paragraf terakhir yaitu "Tentunya ditujukan agar masyarakat kota Medan dapat segera menerima fasilitas jalan yang aman dan nyaman, serta turut mempermudah warga dalam melakukan aktifitas sehari-hari".



Gambar 8. Penerapan SK

Context pada gambar 8 dimulai ketika keluarnya surat keputusan Wali Kota Medan Nomor 658.5/31.K/VIII/2021 menetapkan Kampung Sejahtera sebagai pilot proyek lokasi percontohan kawasan bebas sampah. Bobby Nasution ingin menghilangkan stigma negatif terkait Medan kota terjerok. Demi menyukkseskan hal tersebut Bobby Nasution perlu membuat program kerja konstruktif dan membenahi masalah kebersihan terutama sampah yang ada di Medan yaitu kawasan percontohan bebas sampah.

Process pada gambar 8 menggunakan *background* menggunakan warna merah yang mengartikan semangat, antusiasme, dan energi. Program ini bentuk antusiasme Bobby Nasution karena melihat permasalahan sampah di Medan. Tulisan “KAMPUNG SEJAHTERA MEDAN AKAN DIJADIKAN PILOT PROJECT KAWASAN BEBAS SAMPAH” menggunakan warna kuning yang mengartikan idealisme, dan optimisme (Monica & Luzar, 2011). Pemerintah Kota Medan sangat percaya diri dengan program ini akan berhasil dan diharapkan Kampung Sejahtera dapat dijadikan teladan, contoh serta mengedukasi masyarakat Medan terkait kebersihan. Deskripsi dan penjelasan mengenai Kampung Sejahtera menggunakan warna putih yang mengasosiasikan dengan sinar, cahaya, dan keberuntungan.

Emergence gambar 8 ditunjukkan pernyataan dengan kalimat “Berkat kerja keras dan kemauan para pemuda dan pemudi dan seluruh masyarakat, Kampung Kubur yang kerap dicitrakan buruk alhamdulillah sekarang telah berubah dan berbenah” yang sudah merepresentasikan keadaan yang lampau dan sekarang dimana dulu masyarakat Medan dicitrakan buruk, kotor, dan jorok namun sekarang membaik berkat mereka berubah dan berbenah melakukan perubahan progresif.

Manajemen impresi *self promotion* dilihat pada foto Bobby Nasution terlihat di postingan tersebut yang bisa menjadi ajang promosi dan menaikkan pamor dia serta dengan membuat program inovatif itu menunjukkan bahwa ia cukup andal dalam menyelesaikan yang ada di Medan terutama dalam bidang kebersihan.

Manajemen impresi *supplication* ditunjukkan dalam caption paragraf terakhir Bobby Nasution memberikan pernyataan serta ajakan yaitu "Pemko Medan terus mengajak masyarakat kota Medan untuk ikut serta berperan aktif dalam setiap program Pemko Medan, termasuk persoalan kebersihan." Pemerintah Kota Medan tidak bisa bekerja sendiri, Bobby Nasution membutuhkan partisipasi masyarakat agar kota ini menjadi bersih.



Gambar 9. Supplication Kebersihan

Context pada gambar 9 diawali dengan keadaan curah hujan tinggi di Medan akhirnya terjadi banjir di empat lingkungan kelurahan Timbang Deli yaitu lingkungan 4, 5, 6, dan 7 Kecamatan Medan Amplas pada bulan November 2021. Sekitar 250 kepala keluarga terdampak akibat banjir yang telah menggenangi daerah tersebut selama empat hari.

Process pada gambar 9 menjelaskan bahwa kali ini banjir disebabkan oleh hujan deras serta daya tampung dari parit ampres tidak memadai. Banjir telah menggenangi Kelurahan Timbang Deli selama empat hari. Booby langsung meninjau lokasi banjir setelah menerima aduan bahwa kelurahan Timbang Deli banjir. Setelah sampai di lokasi banjir ia mendapatkan keluhan dari warga mengenai air banjir yang membuat warga sekitar gatal karena tercampur dengan limbah pabrik karet dan sarung tangan.

Emergence pada gambar 9 dapat disimpulkan ketika Bobby Nasution sempat berdiskusi dengan petugas yang ada di kelurahan Timbang Deli. Ia juga menyempatkan untuk menyapa warga serta memberikan pengarahan kepada petugas setempat.

Gambar 9 pada foto yang ke-enam Bobby sedang mendengarkan aspirasi dan keluhan dari warga kelurahan Timbang Deli, itu menunjukkan manajemen impresi yang digunakan Walikota Medan yaitu *ingratiation*. Tindakan tersebut mencitrakan diri sebagai sosok yang humanis, ramah, dan mendengar aspirasi rakyat. Manajemen impresi *self promotion* postingan tersebut dilihat ketika Bobby Nasution langsung bergerak cepat menanggapi masalah banjir ini untuk mempercepat air surut ia berinisiatif membangun bak control di bawah *fly over*. Sikap dan respon tersebut merepresentasikan bahwa ia adalah orang yang kompeten dan tanggap dalam suatu permasalahan yang ada.

3.2 Pembahasan

Dari sembilan sampel postingan Bobby Nasution telah dianalisis menggunakan analisis isi dari mulai *context*, *process*, dan *emergence*. Sembilan sampel menunjukkan adanya perbedaan manajemen impresi satu sama lain.

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan di atas telah disebutkan bahwa Bobby Nasution sebagai Wali Kota Medan dalam akun instagramnya @bobbyst menggunakan manajemen impresi seperti yang dikemukakan oleh Jones Pittman bahwa ada lima strategi dalam konstruksi presentasi diri yaitu *ingratiation* (perilaku menyenangkan), *self promotion* (perilaku promosi diri), *intimidation* (perilaku intimidasi), *exemplification* (perilaku memberi contoh), *supplication* (perilaku memohon) (Ariani, 2014).

Berdasarkan hasil analisis mengemukakan bahwa Bobby Nasution hanya menggunakan beberapa saja manajemen impresi dan tidak mencakup lima manajemen impresi, antara lain:

a. *Self promotion*

Self promotion adalah upaya untuk menunjukkan kemampuan diri. Berbeda dengan *ingratiation*, aktor yang berusaha disukai oleh lawan bicara, *self promotion* digunakan untuk membuat orang percaya pada kemampuan seseorang agar mendapat pengakuan dari orang lain. Manajemen impresi yang paling sering digunakan oleh Bobby Nasution selama 2021 adalah *self promotion*. Hasil penelitian menunjukkan tujuh dari sembilan sampel menggunakan *self promotion*. Hal ini ditunjukkan melalui *process* sampel gambar 4 merepresentasikan bahwa Bobby Nasution orang yang kompeten, inovatif, dan kreatif

dalam membangun penataan ruang kota terutama penataan Kawasan Kota Lama Kesawan.

Pemimpin merupakan sosok yang mampu mengambil keputusan permasalahan yang ada di kota, begitupun dengan Bobby dalam penataan kawasan Kota Lama Kesawan Kota Medan. Pemimpin yang cerdas, inisiatif serta inovatif ketika masalah muncul dihadapannya mampu menemukan solusi serta cara penanganan. Dalam hal ini Bobby berusaha menjadikan kawasan Kota Lama Kesawan menjadi itu menunjukkan langkah yang inovatif serta Bobby mendorong kota Medan menjadi kota yang mandiri dalam hal perekonomian. Hal ini sejalan dengan gaya kepemimpinan milenial yang mendorong inovasi, kreatifitas, dan memiliki jiwa kemandirian (Ambarwati & Raharjo, 2018).

Penggunaan *self promotion* lebih ditekankan menggunakan penjelasan deskriptif (Tedeschi & Riess, 1981). Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Bobby Nasution yang lebih banyak melakukan manajemen impresi *self promotion* melalui caption dalam postingannya.

Penelitian mengenai strategi manajemen impresi Ma'ruf Amin menunjukkan bahwa Ma'ruf Amin menggunakan manajemen impresi *supplication* dengan cara menunjukkan khalayak hasil pekerjaannya (E. I. Saptanti, 2020a), senada dengan yang dilakukan Bobby Nasution, Ia sering menyebutkan program-program yang sudah dirancang seperti Kawasan Kota Kesawan, Kampung Sejahtera, dan bidang infrastruktur.

b. *Supplication*

Dalam penelitian ini, *supplication* menjadi manajemen impresi yang sering digunakan setelah *self promotion*. Strategi *supplication* digunakan untuk menampilkan kesan bergantung pada orang dengan tujuan untuk mendapatkan bantuan atau dukungan dari orang lain (Jones et al., 1982). Strategi *supplication* disebut sebagai pilihan terakhir untuk mendapatkan simpati dari masyarakat (E. I. Saptanti, 2020b). Hal ini ditunjukkan melalui *emergence* sampel 8 yang menunjukkan bahwa Bobby mengapresiasi peran pemuda dan masyarakat karena sudah terlibat dalam proyek Kampung Kubur sehingga yang dulunya Medan dicitrakan kota jorok dan kotor maka sejak adanya kampung kubur perlahan mengalami perubahan progresitivitas.

Seorang pemimpin seharusnya adalah sosok yang dapat mengubah keadaan kearah konstruktif di suatu daerah, dalam penelitian ini yaitu kebersihan. Pemimpin yang

membawa gagasan mengubah suatu keadaan serta melibatkan bawahan atau rakyatnya diatikan sebagai pemimpin transformasional (Suminto, 2016).

Dalam penelitian yang berjudul “Strategi Manajemen Impresi Gibran Rakabuming di Instagram Menjelang Pemilihan Wali Kota Solo 2020” menyatakan bahwa Gibran menggunakan strategi manajemen impresi *supplication* dengan menyatakan permintaan bantuan dan kerja sama kepada pihak lain (Gusti Ayu Nino Leonita et al., 2021). Hal ini serupa dengan yang manajemen impresi *supplication* yang dilakukan oleh Bobby Nasution dengan cara meminta bantuan serta melibatkan warga dalam menyukseskan program kerja.

c. *Ingratiation*

Manajemen impresi ketiga yang digunakan oleh Bobby Nasution yaitu *ingratiation*. Tujuan dari strategi manajemen impresi *ingratiation* adalah untuk merepresentasikan orang yang hangat, memiliki selera humor, dapat dipercaya, diandalkan dan memiliki daya tarik dan pesona (Jones et al., 1982), sama halnya apa yang dilakukan oleh Bobby Nasution. Ia ingin dilihat sebagai sosok yang peduli, bermoral, mengayomi rakyat, dan hangat dengan cara turun langsung ke lapangan. Hal ini ditunjukkan oleh Bobby dalam *context* sampel gambar 6 menunjukkan keadaan saat itu sedang pandemi kemudian pemerintah menghimbau warganya untuk melakukan vaksinasi. Demi kelancaran program vaksinasi pemerintah Bobby Nasution terjun langsung untuk mengecek keberlangsungan program vaksinasi Covid-19.

Pemimpin merupakan sosok yang peduli terhadap rakyatnya serta memastikan program-program kerja berjalan dengan baik (Ambarwati & Raharjo, 2018). Pemimpin harus mempunyai kepekaan sosial yang tinggi, tidak bisa bertindak semena-mena tanpa melihat kondisi lapangan seperti yang dilakukan Bobby Nasution turun langsung ke lapangan.

Dalam penelitian mengenai manajemen kesan Joko Widodo di akun instagramnya menyatakan bahwa manajemen kesan *ingratiation* dilakukan oleh Jokowi dengan cara blusukan di pasar, kampung, dan tempat lainnya (Juniarti et al., 2018). Jadi strategi *ingratiation* yang dilakukan Jokowi senada dengan strategi *ingratiation* yang dilakukan oleh Bobby Nasution yang sering langsung terjun ke lapangan atau pencitraan.

d. *Intimidation*

Manajemen impresi yang digunakan oleh Bobby Nasution adalah *intimidation*. Hal ini ditunjukkan pada *process* sampel gambar 1 yang menunjukkan Bobby melakukan sidak ke RSUD Pirngadi. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Bobby Nasution merupakan sosok yang tegas dan berusaha membenahi apa saja yang kurang di RSUD Pirngadi.

Dari sembilan sampel Bobby hanya menggunakan satu kali pada sampel pertama. Bobby Nasution jarang melakukan manajemen impresi dengan orientasi negatif sesuai dengan pernyataan yang berdasar dari kutipan sebagai berikut : “*On the other hand, intimidation and supplication tactics generate negative impressions by appearing domineering or obnoxiously needy on others, ultimately hindering a person’s image*” (Zia-ur-Rehman & Javed, 2015). Oleh karena itu Bobby Nasution tidak menonjolkan manajemen impresi *intimidation* karena bisa menghambat atau merusak citra dari Bobby Nasution sendiri.

4. PENUTUP

Bobby menampilkan kesan sesuai dengan strategi manajemen impresi untuk menyampaikan program kerja prioritas Kota Medan yaitu kebersihan, banjir, infrastruktur, kesehatan, dan kawasan Kota Kesawan. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi yang digunakan oleh Bobby Nasution adalah *self-promotion* (strategi promosi diri agar dipercaya atas kemampuannya), *supplication* (strategi memohon bantuan agar mendapat dukungan), *ingratiation* (supaya disenangi), dan *intimidation* (strategi intimidasi agar disegani).

Hal menarik yang ada dalam penelitian ini yaitu manajemen impresi *self promotion* merupakan strategi yang paling dominan digunakan oleh Bobby Nasution. Sementara itu strategi *exemplification* tidak digunakan oleh Bobby Nasution. Penelitian ini berfokus pada manajemen impresi yang digunakan oleh Bobby Nasution sebagai Wali Kota Medan. Penelitian selanjutnya dapat menganalisis dari sisi media massa atau audiens.

PERSANTUNAN

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua atas dukungan serta doanya sehingga

penelitian ini dapat terselesaikan. Kedua, saya ucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Vinisa Nurul Aisyah, M.I.Kom. yang selalu memberikan arahan dan bimbingan selama pengerjaan penelitian. Terakhir, penulis ucapkan terima kasih kepada teman-teman yang selalu mengingatkan, memberikan masukan hingga penelitian selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, A. C. (2014). Impression Management Agnes Monica Melalui Akun Instagram (@agnezmo). *Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra*, 2.
- Altheide, D. (1996). *Qualitative Media Analysis-Qualitative Research Methods*. Sage Publication.
- Ambarwati, A., & Raharjo, S. T. (2018). Prinsip Kepemimpinan Character of A Leader pada Era Generasi Milenial. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 2(2), 114. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v2i2.1151>
- Ariani, W. D. (2014). *Pengaruh Manajemen Impresi Pada Perilaku Kewargaan Organisasional: Suatu Studi Empiris*.
- Aspling, F. (2011). *The private and the public in online presentations of the self*. Stockholm Universitet.
- Bernadi, M. V., Luik, E. J., & Yogatama, A. (2020). Strategi Impression Management Ruben Onsu Pasca Keputusan Pengangkatan Anak Bertrand Peto di Akun Instagram @ruben_onsu. 8.
- DeVito, J. A. (2009). *The Interpersonal Communication Book*. Pearson Education, Inc.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Erving Goffman. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*.
- Fauzia, A. Z., Maslihah, S., & Ihsan, H. (2019). PENGARUH TIPE KEPERIBADIAN TERHADAP SELF-DISCLOSURE PADA DEWASA AWAL PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KOTA BANDUNG. *Journal of Psychological Science and Profession*, 3(3), 151. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v3i3.23434>
- Filimonov, K., Russmann, U., & Svensson, J. (2016). Picturing the Party: Instagram and Party Campaigning in the 2014 Swedish Elections. *Social Media + Society*, 2(3), 205630511666217. <https://doi.org/10.1177/2056305116662179>
- Fitri, A. (2015). *DRAMATURGI: PENCITRAAN PRABOWO SUBIANTO DI MEDIA SOSIAL TWITTER MENJELANG PEMILIHAN PRESIDEN 2014*.
- Fitriani Pramita Gurning, Laili Komariah Siagian, Ika Wiranti, Shinta Devi, & Wahyulinar Atika. (2021). Kebijakan Pelaksanaan Vaksinasi Covid-19 Di Kota

- Medan Tahun 2020. *Jurnal Kesehatan*, 10(1), 43–50.
<https://doi.org/10.37048/kesehatan.v10i1.326>
- Gusti Ayu Nino Leonita, Ni Luh Ramaswati Purnawan, & Ni Made Ras Amanda Gelgel. (2021). *STRATEGI MANAJEMEN IMPRESI GIBRAN RAKABUMING DI INSTAGRAM MENJELANG PEMILIHAN WALI KOTA SOLO TAHUN 2020*.
- Jazuli M. (2014). *Sosiologi Seni*. Graha Ilmu.
- Jones, Edward E, & Thane S. Pittman. (1982). *Toward a General Theory Strategic Self Presentation* (Vol. 1). Lawrance Erlbaum Associates Publisher.
- Juniarti, G., Indainanto, I. Y., & Augustine, Y. P. (2018). *Strategi Joko Widodo Membentuk Manajemen Kesan di Instagram Menjelang Pilpres 2019*.
- Kertamukti, R. (2018). *Instagram dan Pembentukan Citra*.
- Kriyantono, R. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal*. Kencana Pranada Media Group.
- Larasati, L., Muda, I., Batubara, B. M., & Suharyanto, A. (2018). Peranan Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana dalam Pengendalian Pertumbuhan Penduduk. *PERSPEKTIF*, 7(1), 13–18.
<https://doi.org/10.31289/perspektif.v7i1.2521>
- Ma'aruf, S. R. A., & Putra, S. K. D. (2019). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Joko Widodo Pada Pemilih Pemula Pemilu 2019*.
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>
- Morissan. (2015). *Teori Komunikasi dari Individu hingga Massa*. Prenadamedia Group.
- Pamungkas, D. B. A., & Aisyah, V. N. (2022). Analisis Pengelolaan Kesan Mahasiswa Bercadar di Instagram. *Borobudur Communication Review*, 2(2), 54–66.
<https://doi.org/10.31603/bcrev.4982>
- Priyadi, C. (2018). ANALISIS DRAMATURGI PENAMPILAN ANIES BASWEDAN. *ANALISIS DRAMATURGI PENAMPILAN ANIES BASWEDAN*.
- Purnama, S. (2010). *Elemen Warna Dalam Pengembangan Multimedia Pembelajaran Agama Islam*. 2.
- Rauf Nuryama. (2022). *Jumlah Pengguna Instagram Di Indonesia Pada 2022*.
- Saptanti, E. I. (2020a). Analisis Manajemen Impresi Ma'aruf Amin dalam Debat Pilpres 2019. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 262–284.
<https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1573>

- Saptanti, E. I. (2020b). Analisis Manajemen Impresi Ma'ruf Amin dalam Debat Pilpres 2019. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 262–284.
<https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v12i2.1573>
- Saptanti, I. E. (2020). *Analisis Manajemen Impresi Ma'ruf Amin dalam Debat Pilpres 2019*.
- Saputro, H. D., & Diniati, A. (2017). *Manajemen Kesan Pengguna Media Sosial Instagram dalam Mengeksistensikan Pancasila*. 16.
- Simarmata, R. K. (2022). *Medan Langganan Banjir*. Wwww.Medanbisnisdaily.Com.
https://medanbisnisdaily.com/news/online/read/2022/03/03/151896/medan_langganan_banjir/
- Šimunjak, M., Sinčić Ćorić, D., & Brečić, R. (2017). Political Impression Management Through Direct and Mediated Communication: The 2014/2015 Croatian Presidential Elections. *Drustvena Istrazivanja*, 26(4).
<https://doi.org/10.5559/di.26.4.05>
- Stanyer, J. (2008). Elected Representatives, Online Self-Presentation and the Personal Vote: Party, Personality and Webstyles in the United States and United Kingdom. *Information, Communication & Society*, 11(3), 414–432.
<https://doi.org/10.1080/13691180802025681>
- Suci Susanti, & Maria Magdalena. (2015). *Estimasi Biaya Kemacetan di Kota Medan*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suminto. (2016). *KARAKTERISTIK KEPEMIMPINAN TRANSFORMATIF*.
- Tedeschi, J. T., & Riess, M. (1981). Identities, the phenomenal self, and laboratory research. *The Journal of Social Psychology*.
<https://doi.org/10.1080/00224545.1981.9711664>
- Zia-ur-Rehman, D. M., & Javed, S. (2015). *Examination of the impression management of tranformational leadership in public sector and governance*.