

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Instagram kini menjadi salah satu platform media sosial utama yang dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan komunikasi, salah satunya adalah komunikasi publik. Sebagai aplikasi berbasis visual, Instagram memungkinkan penggunanya membagikan gambar dan video kepada publik. Platform ini menyediakan beragam fitur seperti feed, stories, reels, notes, dan siaran langsung yang memungkinkan penyampaian pesan dengan berbagai gaya. Interaksi antarpengguna juga difasilitasi dengan fitur komentar, suka, dan bagikan. Lebih dari sekadar alat komunikasi personal, Instagram telah menjadi sarana penting bagi pelaku bisnis, selebritas, hingga politisi untuk menyebarluaskan merek, produk, maupun pandangan ideologis secara luas dan efektif.

Instagram, khususnya fitur Reels, memainkan peran strategis dalam upaya pengelolaan citra atau impression management, terutama bagi pejabat dari generasi milenial. Penelitian ini secara khusus mengkaji pemanfaatan fitur Reels, yang saat ini menjadi salah satu instrumen utama pemerintah untuk menyampaikan informasi dan edukasi kepada publik. Fitur ini banyak dimanfaatkan oleh pejabat milenial untuk menyajikan konten dengan cara yang lebih menarik dan interaktif. Dengan menggabungkan elemen video, audio, gambar, dan teks, Reels membuat pesan lebih mudah diakses dan dipahami oleh khalayak (Sulistyo, Sukmajatnika, & Syaputra, 2024).

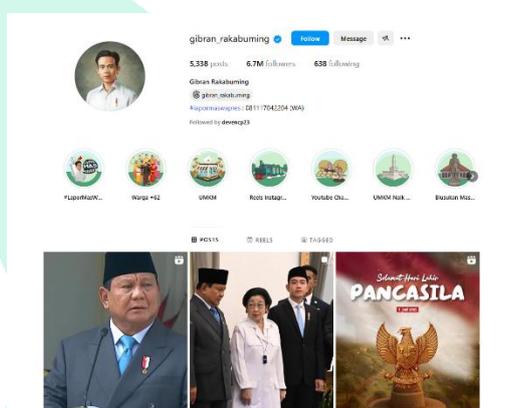
Instagram Reels merupakan fitur video pendek berdurasi antara 15 hingga 90 detik yang memungkinkan pengguna merekam, mengedit, dan membagikan video vertikal langsung dalam aplikasi Instagram (Sukendro et al., 2023). Berbeda dengan Stories yang menghilang dalam 24 jam, Reels tersimpan secara permanen di profil dan dapat dengan mudah dibagikan ulang, menjadikannya salah satu konten unggulan di platform ini. Kekuatan utama dari Reels terletak pada kemampuannya meningkatkan eksposur dan menjangkau audiens secara luas,

berkat algoritma Instagram yang mengutamakan format ini di feed utama dan laman Explore.

Pada penelitian ini, Instagram menjadi subjek penelitian dengan meneliti unggahan reels tiga akun resmi pejabat milenial untuk mengetahui strategi manajemen kesan yang digunakan selama 100 hari pertama periode kerja kabinet Merah Putih. Berikut merupakan profil tiga akun pejabat milenial yang akan diteliti, yaitu @Gibran_rakabuming, @Ditoaritedjo, dan @Giring.

4.1.1. Profil Akun Instagram Pejabat Milenial

1. Akun Instagram @Gibran_rakabuming



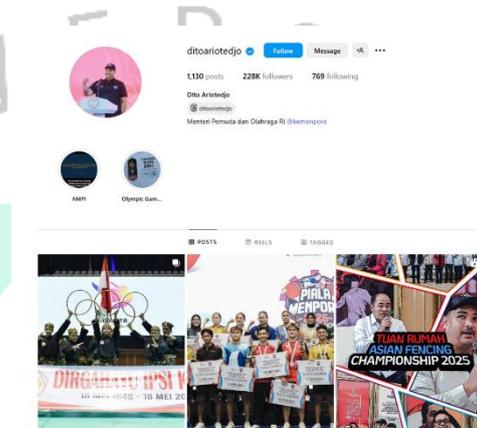
*gambar 4. 1 profil Instagram @Gibran_rakabuming
Sumber: akun Instagram @Gibran_rakabuming*

Gibran Rakabuming Raka adalah Wakil presiden ke-14 Indonesia, mendampingi Prabowo Subianto sebagai Presiden ke-8 Indonesia. Gibran lahir pada 1 Oktober 1987, saat ini menjadi wakil presiden termuda yang dilantik saat berumur 37 tahun. Sebelum menjabat sebagai wakil presiden, Gibran menjabat sebagai Wali Kota Surakarta sejak tahun 2021. Pada akun Instagram pribadinya, Gibran memiliki lebih dari 2 juta pengikut dan telah mengunggah sebanyak 106 reels selama 100 hari pertama periode kerja Kabinet Merah Putih.

Melalui media sosialnya, Gibran Rakabuming menampilkan citra sebagai figur muda, aktif, memiliki usaha, dan dinamis. Hal ini juga dapat dilihat melalui gaya komunikasinya yang santai, dipadukan dengan tren – tren konten yan dekat dengan generasi muda. Latar belakang Gibran sebagai

putra Presiden Joko Widodo sekaligus keponakan Ketua MK, Anwar Usman menjadikannya figur yang lekat dengan citra keluarga politik. Namun, masih banyak publik yang meragukannya sebagai pemimpin muda yang mandiri dan dekat dengan masyarakat karena isu – isu yang muncul berkaitan dengan citra keluarga politik tersebut.

2. Akun Instagram @Ditoariotedjo



*gambar 4. 2 Profil Akun Instagram @Ditoariotedjo
Sumber: akun Instagram @Ditoariotedjo*

Ario Bimo Nandito Ariotedjo atau Dito Ariotedjo adalah seorang politisi muda asal Indonesia, lahir pada 25 September 1990. Ia dikenal sebagai Menteri Pemuda dan Olahraga (Menpora) Republik Indonesia sejak pada 3 April 2023, menjadikannya sebagai salah satu menteri termuda dalam Kabinet Indonesia Maju. Dito saat ini masih terus menjabat sebagai Menteri Pemuda dan Olahraga dalam Kabinet Merah Putih Presiden Prabowo Subianto. Sebagai pejabat publik dari generasi milenial, Dito aktif menggunakan media sosial, termasuk Instagram, sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat. Pada akun Instagram pribadinya, @Ditoariotedjo, ia memiliki lebih dari 200 ribu pengikut dengan unggahan yang mencerminkan aktivitasnya sebagai pejabat dan figur muda yang inspiratif.

Unggahan Instagram Dito menampilkan citra pribadi yang energik, bersahabat, dan penuh semangat kolaboratif, sejalan dengan kepribadiannya sebagai menteri yang dekat dengan isu-isu kepemudaan dan olahraga nasional. Namun, Dito juga sempat terjerat dalam citra buruk akibat berbagai isu, seperti tuduhan terlibat dalam kasus Korupsi BTS dan menjadi

menteri pada umur yang muda dengan latar belakang keluarga yang dianggap mempengaruhi. Dito kerap mendapat kritik karena dianggap mendapatkan posisi strategis karena faktor kedekatan keluarga dengan elit politik, bukan karena rekam jejak birokrasi yang kuat.

3. Akun Instagram @Giring



*gambar 4. 3 Profil Akun Instagram @Giring
Sumber: akun Instagram @Giring*

Giring Ganesha Djumaryo, atau yang lebih dikenal sebagai Giring Ganesha, adalah seorang musisi, aktor, dan politisi Indonesia yang lahir pada 14 Juli 1983. Ia pernah menjabat sebagai Pelaksana Tugas Ketua Umum Partai Solidaritas Indonesia (PSI) dari 2021 hingga 2023. Sebelum terjun ke dunia politik, Giring dikenal luas sebagai vokalis utama grup band Nidji. Dalam perannya sebagai tokoh publik dan politisi, Giring aktif memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi politik dan personal. Akun Instagram pribadinya, @Giring, memiliki lebih dari 400 ribu pengikut dan ratusan unggahan yang mencakup aktivitas politik, kehidupan pribadi, serta kampanye sosial. Gaya komunikasi Giring di media sosial mencerminkan kepribadian yang ekspresif, tegas, dan penuh semangat.

Melalui ini Giring menunjukkan upaya untuk membangun citra sebagai politisi muda yang peduli terhadap isu keberagaman dan generasi muda Indonesia. Walau sudah memberikan upaya dan menunjukkan citra baik melalui media sosialnya, Giring Ganesha sempat mengalami kesulitan untuk diterima publik. Dengan latar belakangnya yang berangkat dari dunia hiburan sebagai vokalis band Nidji, Giring diragukan kompetensinya dalam

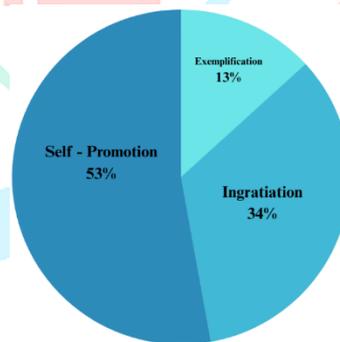
aspek pemerintahan dan politik. Selain itu, adanya keterlibatan Giring dalam berbagai kontroversi politik juga merusak citranya, seperti sebut tokoh politik Anies Baswedan “pembongong” dan “Firaun”, mencalonkan diri sebagai presiden setelah gagal menjadi legislatif, hingga menjadi ketua umum partai dalam waktu yang singkat.

4.2. Hasil dan Analisis

Bagian ini akan menyajikan data hasil pengkodean strategi manajemen kesan pada akun Instagram pejabat milenial, yaitu @Gibran_rakabuming, @Ditoariotedjo, dan @Giring yang telah peneliti lakukan pada periode 21 Oktober 2024 - 28 Januari 2025. Pengkodean dilakukan untuk melihat unggahan yang mengandung bentuk – bentuk strategi manajemen kesan dari setiap unggahan reels para pejabat milenial.

4.2.1. Hasil Analisis Akun Pejabat Milenial

1. Hasil Penelitian Akun Gibran



gambar 4. 4 Hasil Manajemen Kesan Gibran Rakabuming
Sumber: Olahan Peneliti

Diagram pada Gambar 4.4 menunjukkan bahwa dalam unggahan reels akun Instagram @Gibran_rakabuming, strategi manajemen kesan yang paling dominan adalah *Self-promotion*, yaitu sebanyak 53% (56 dari 106 unggahan). Diikuti oleh *Ingratiation* sebanyak 34% (36 dari 106 unggahan), dan *Exemplification* sebanyak 13% (14 dari 106 unggahan). Sementara itu, tidak ditemukan penggunaan strategi *Intimidation* maupun *Supplications* sama sekali. Masing – masing manajemen kesan menunjukkan

kesan yang berbeda – beda. Rangkuman kesan yang ditunjukkan masing – masing strategi dapat diamati pada tabel berikut.

Tabel 4. 1 Tabel Hasil Penelitian Gibran

No.	Strategi	Jumlah Konten	Persentase	Tujuan	Dampak/Kesan
1.	Ingratiation	36	34%	Menampilkan kesan disukai	<p>a. Kesan positif, Gibran menampilkan kehadirannya di tengah – tengah masyarakat yang merupakan publiknya. Terlihat dalam konten – konten yang menunjukkan aktifitasnya melakukan peninjauan dan kunjungan persiapan untuk melaksanakan program kerja. Gibran juga menunjukkan sikap ramah dengan selalu berjabat tangan, menyapa, tersenyum, dan membagikan hadiah pada masyarakat, terutama anak – anak dan orang tua.</p> <p>b. Tidak terdapat kesan negatif yang ditampilkan, seperti pencitraan yang tidak tulus dan perilaku oportunistik atau yang bisa dikenal dengan tindakan “menjilat”.</p> <p>c. Respon publik menunjukkan rasa senang. Ditunjukkan melalui sapaan ramah, pujian, ekspresi wajah tersenyum, antusias dan semangat yang terlihat dari ucapan dan gerak tubuh mereka.</p>
2.	Exemplification	14	13%	Menampilkan kesan berdedikasi dan dihormati	<p>a. Kesan positif, Gibran menampilkan kesan berdedikasi dan nasionalis melalui kesigapannya dalam berupaya memberikan bantuan, menjunjung nilai – nilai nasionalis dan mendukung kemajuan kebudayaan.</p> <p>b. Tidak terdapat kesan negatif yang ditampilkan, karena Gibran secara nyata menunjukkan aktifitasnya dan reaksi masyarakat yang dikunjungi.</p> <p>c. Unggahan menunjukkan reaksi masyarakat yang bangga, turut bersimpati dan termotivasi atas tindakan Gibran. Terlihat dari banyaknya komentar – komentar masyarakat.</p>

3.	Self-promotion	56	53%	Menampilkan kesan kompeten	<p>a. Kesan positif, Gibran menampilkan kesan kompeten dan kredibel. Gibran menunjukkan sikap yang percaya diri, tegas dan profesional dalam bekerja. Gibran menunjukkan keberlangsungan program kerjanya dan memberikan penjelasan terkait perkembangan atau progres pada publik.</p> <p>b. Tidak terdapat kesan negatif yang ditampilkan, karena Gibran secara jelas menunjukkan proses kerjanya, interaksinya dengan pihak – pihak yang bertanggung jawab di lapangan, dan profesionalitasnya yang terlihat dari gerak tubuh dan penampilan.</p> <p>c. Unggahan menunjukkan reaksi masyarakat yang mengagumi kinerja Gibran. Terlihat dari banyaknya komentar – komentar pujian dari masyarakat.</p>
----	----------------	----	-----	----------------------------	---

Sumber: olahan peneliti

Tabel 4.1 di atas berisi hasil penelitian pada akun Instagram Gibran yang berupa rangkuman strategi - strategi manajemen kesan yang digunakan, frekuensi penggunaannya, tujuan, dan dampak atau kesan yang tampak melalui unggahan reels-nya. Strategi *Self-promotion*, yang bertujuan untuk menampilkan kesan kompeten menjadi strategi yang paling dominan, yaitu sebanyak 53% dari total unggahan reels. Melalui unggahan reelsnya, Terlihat kesan positif yang tercapai melalui strategi ini, yaitu kesan kompeten dan kredibel sebagai pejabat muda. Selain itu, unggahan reelsnya juga menampilkan reaksi publik yang mengagumi dan antusias terhadap Gibran.

Kemudian mengikuti *Self-promotion*, Strategi *Ingratiation* juga cukup banyak digunakan. Strategi *Ingratiation*, yang bertujuan untuk menampilkan kesan disukai, digunakan sebanyak 34% dari total unggahan reels. Terlihat kesan positif yang muncul dari penggunaan strategi ini, yaitu kesan pejabat muda yang dekat dengan masyarakat. Terlihat dari konten – konten yang menunjukkan aktifitasnya mengunjungi masyarakat untuk

menyapa dan meninjau kondisi mereka. Didukung pula dengan respon masyarakat yang menunjukkan ekspresi senang dan antusias.

Strategi *Exemplification* menjadi strategi yang paling sedikit frekuensi penggunaannya, yaitu hanya sebanyak 13% dari total unggahan reels. Strategi ini bertujuan untuk menampilkan kesan berdedikasi dan dihormati. Terlihat kesan positif yang ditampilkan oleh Gibran dengan menggunakan strategi ini, yaitu kesan sebagai pejabat muda yang berdedikasi dan nasionalis. Dapat dilihat dari konten – kontennya yang secara langsung mengusung nilai – nilai moral dan nasionalisme atau konten – konten yang menunjukkan kesigapannya sebagai pejabat muda dalam membantu korban bencana. Kemudian, didukung dengan menunjukkan reaksi masyarakat yang menunjukkan rasa terima kasih dan bangga akan kehadiran dan bantuan Gibran.

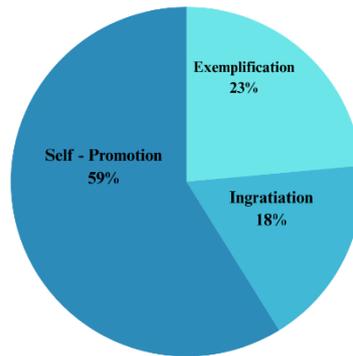
Data ini menunjukkan bahwa Gibran lebih memilih membangun citra sebagai sosok yang kompeten, berprestasi, ramah, dan disukai publik, alih-alih memperlihatkan kesan ditakuti atau lemah. Pilihan ini menjadi sangat strategis dalam konteks Gibran sebagai tokoh muda yang meniti karier politik di tengah sorotan publik. Penegasan dari data angka di atas terlihat dalam konten-konten unggahan yang secara konsisten memperlihatkan Gibran tersenyum, membaur dengan masyarakat, membagikan hadiah, berdialog langsung, atau menampilkan aktivitas profesional seperti kunjungan kerja dan pemantauan proyek. Beberapa konten juga memperlihatkan empati sosial, seperti saat mengunjungi daerah terdampak bencana dan aktivitas – aktivitas kebudayaan. Strategi *Ingratiation* menekankan pada keramahan dan pendekatan emosional, sedangkan *Self-promotion* memperlihatkan kapabilitas dan keseriusan Gibran sebagai pejabat muda. *Exemplification*, meskipun jarang, memperkuat kesan dedikasi moral dalam kapasitasnya sebagai pejabat publik.

Minimnya penggunaan strategi *Exemplification* menandakan bahwa Gibran tidak secara aktif membangun citra sebagai tokoh teladan atau bermoral tinggi. Ini bisa jadi strategi yang disengaja untuk menghindari kesan elitis atau menggurui, serta lebih fokus pada aspek emosional dan profesional

yang lebih dibutuhkan dalam konteks komunikasinya. Pilihan strategi ini juga erat kaitannya dengan latar belakang personal Gibran, yang sering menjadi bahan kritik publik. Isu-isu seperti nepotisme, usia muda, pengalaman yang minim, hingga jejak digital kontroversial menjadi tantangan citra yang serius. Gibran disebut-sebut sebagai "putra presiden" yang melaju cepat ke posisi puncak karena koneksi, bukan prestasi. Ia juga diragukan mampu memahami kompleksitas politik dan pemerintahan karena usia dan pengalaman yang dianggap belum matang. Dengan demikian, strategi manajemen kesan yang ia gunakan cenderung menonjolkan, *Self-promotion*, *Ingratiation*, baru kemudian *Exemplification*, menunjukkan upaya yang sistematis dan konsisten untuk menetralkan persepsi negatif terkait kompetensi dan membangun kembali kepercayaan publik. Gibran perlu dilihat sebagai pemimpin yang setara dan pantas, bukan hanya sebagai "putra presiden." Strategi ini membantu membentuk kesan bahwa dirinya dapat diterima secara rasional (kompeten) dan secara emosional (disukai).

Tidak ditemukannya strategi *Intimidation* dan *Supplication* juga memperkuat pendekatan ini. Strategi *Intimidation* cenderung menciptakan jarak dan rasa takut yang tidak sesuai dengan citra pemimpin milenial yang inklusif. Sementara *Supplication* menampilkan kelemahan dan ketergantungan, yang jelas berseberangan dengan kebutuhan Gibran untuk tampil kuat, percaya diri, dan mandiri di hadapan publik. Jika dilihat dari perspektif citra pemerintah, Gibran berupaya membentuk dua sisi citra secara bersamaan. Pertama, citra birokrasi, yang tercermin dari konten-konten kerja lapangan dan performa administratifnya—hal ini memperkuat kesan sebagai pemimpin yang performative. Kedua, citra politik, yang tercermin dari aspek kompetensi, kepercayaan (*trustworthiness*), dan niat baik (*goodwill*). Dengan mengedepankan kedua posisi citra ini, Gibran ingin diakui tidak hanya sebagai pejabat muda yang mampu bekerja, tetapi juga sebagai figur politik yang dapat dipercaya dan layak didukung.

2. Hasil Penelitian Akun Giring



gambar 4. 5 Hasil Manajemen Kesan Giring Ganeshha
Sumber: Olahan Peneliti

Diagram pada gambar 4.15 menunjukkan bahwa dalam unggahan reels akun Instagram @Giring, strategi manajemen kesan yang paling dominan adalah *Self-promotion*, yaitu sebanyak 59% (80 dari 136 unggahan). Diikuti oleh *Exemplification* sebanyak 23% (32 dari 136 unggahan) dan *Ingratiation* sebanyak 18% (24 dari 136 unggahan). Sementara, strategi *Intimidation* dan *Supplication* tidak ditemukan sama sekali. Masing – masing manajemen kesan menunjukkan kesan yang berbeda – beda. Rangkuman kesan yang ditunjukkan masing – masing strategi dapat diamati pada tabel berikut.

Tabel 4. 2 Tabel Hasil Penelitian Giring

No.	Strategi	Jumlah Konten	Persentase	Tujuan	Dampak/Kesan
1.	Ingratiation	24	18%	Menampilkan kesan disukai	<p>a. Kesan positif, Giring menampilkan sikap ramah, ceria, positif dan menunjukkan kehadirannya pada lingkungan masyarakat, terutama pada lingkup seni dan kebudayaan. Terlihat dalam konten – konten yang menunjukkan aktivitasnya menyapa para pedagang di sekitar situs kebudayaan, pelaku seni, dan pengunjung atau penikmat seni dan budaya Indonesia.</p> <p>b. Tidak ada kesan negatif, karena Giring menunjukkan sikap yang baik, ramah dan sopan dalam berinteraksi</p> <p>c. Unggahan menunjukkan reaksi publik yang terlihat senang, menerima dan dekat dengan Giring. Terlihat dari simbol non-verbal masyarakat dalam video</p>

2.	Exe mpli ficat ion	32	23%	Menam pilkan kesan dihorm ati dan berdedi kasi	<p>dan komentar – komentar masyarakat dalam unggahan.</p> <p>a. Kesan positif, Giring menampilkan kesan berdedikasi melalui upayanya dalam menyuarakan dan mengedukasi publik terkait kebudayaan Indonesia. Diluar aktifitas kenegaraannya, Giring secara konsisten tetap melibatkan sektor kebudayaan dalam konten – kontennya.</p> <p>b. Tidak ada kesan negatif seperti tidak bermoral, karena Giring menunjukkan semangat dan antusiasnya menyuarakan segala hal dan nilai – nilai terkait kebudayaan yang merupakan sektor kementeriannya.</p> <p>c. menunjukkan reaksi publik yang turut antusias dan termotivasi akan dedikasi Giring. Dapat dilihat dari komentar – komentar masyarakat dalam unggahan.</p>
3.	Self - pro moti on	80	59%	Menam pilkan kesan kompet en	<p>a. Kesan positif, Giring menampilkan kesan kompeten dan kredibel. Giring menunjukkan sikap yang percaya diri, semangat dan profesional dalam bekerja. Ia menunjukkan keberlangsungan program kerjanya dan memberikan penjelasan terkait perkembangan atau progres pada publik.</p> <p>b. Tidak ada kesan negatif, seprti melakukan kecurangan dan kesalahan bersikap. Giring, menunjukkan interaksi yang positif selama melakukan tugasnya sebagai wakil menteri, baik ketika berkoordinasi dengan kementerian lainnya, pelaku seni, aktivis budaya, hingga masyarakat itu sendiri.</p> <p>c. Unggahan menunjukkan reaksi publik yang mengagumi dan menghargai kinerja Giring, terlihat dari optimisme publik ketika berinteraksi langsung dengan Giring dan komentar – komentar masyarakat dalam unggahan.</p>

Sumber: olahan peneliti

Tabel 4.2 di atas berisi hasil penelitian pada akun Instagram Giring yang berupa rangkuman strategi - strategi manajemen kesan yang digunakan,

frekuensi penggunaannya, tujuan, dan dampak atau kesan yang tampak melalui unggahan reels-nya. Strategi *Self-promotion*, yang bertujuan untuk menampilkan kesan kompeten menjadi strategi yang paling dominan, yaitu sebanyak 59% dari total unggahan reels. Melalui unggahan reelsnya, Terlihat kesan positif yang tercapai melalui strategi ini, yaitu kesan kompeten dan kredibel sebagai pejabat muda. Selain itu, unggahan reelsnya juga menampilkan reaksi publik yang mengagumi dan optimis atau percaya pada upaya Giring.

Kemudian mengikuti *Self-promotion*, Strategi *Exemplification* menjadi strategi kedua paling besar frekuensi penggunaannya, yaitu sebanyak 23% dari total unggahan reels. Strategi ini bertujuan untuk menampilkan kesan berdedikasi dan dihormati. Terlihat kesan positif yang ditampilkan oleh Giring melalui menggunakan strategi ini, yaitu kesan sebagai pejabat muda yang berdedikasi. Dapat dilihat dari konten – kontennya yang secara konsisten diluar aktivitas kenegaraannya mengusungkan nilai – nilai kebudayaan dan mengedukasi masyarakat untuk melestarikan seni dan kebudayaan Indonesia. Kemudian, didukung dengan menunjukkan reaksi masyarakat yang menunjukkan antusias dan rasa terima kasih.

Sementara, strategi *Ingratiation* dengan frekuensi penggunaan yang tidak jauh selisihnya dengan strategi *Exemplification* berada di posisi paling bawah, yaitu sebanyak 18%. Terlihat kesan positif yang muncul dari penggunaan strategi ini, yaitu kesan pejabat muda yang dekat dengan masyarakat. Terlihat dari konten – konten yang menunjukkan aktifitasnya mengunjungi publiknya untuk menyapa, meninjau aktivitas, dan memberikan apresiasi. Didukung pula dengan respon masyarakat yang menunjukkan ekspresi senang dan gerak sikap antusias.

Data ini menunjukkan bahwa Giring lebih memilih membangun citra sebagai sosok yang kompeten, bermoral, pantas untuk diteladani, lalu disukai publik, bukannya ditakuti atau dianggap lemah. Pilihan ini sangat strategis dalam konteks Giring sebagai tokoh muda yang beralih profesi dan mulai merintis karir politik di tengah banyaknya sorotan publik. Penegasan dari data angka di atas terlihat dalam konten – konten unggahan yang secara

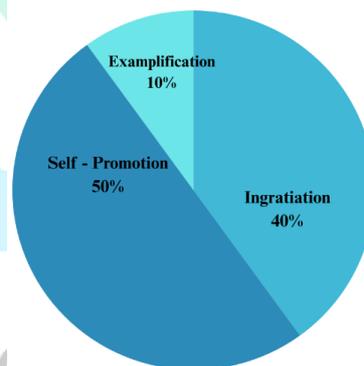
konsisten memperlihatkan Giring melakukan aktifitas – aktifitas kerjanya sebagai wakil menteri, dedikasinya ikut serta dan secara berkelanjutan mengedukasi atau mengajak publik untuk ikut menikmati berbagai aktifitas, gerakan, dan acara pada bidang seni dan kebudayaan.

Selain itu, konten – kontennya juga secara signifikan memperlihatkan Giring dengan ramah tersenyum, berdiskusi langsung, mengapresiasi dan berbaur dengan masyarakat, pelaku seni, aktifis kebudayaan, hingga penikmat seni dan kebudayaan Indonesia. Hal ini menunjukkan upaya Giring agar mendapatkan kesan kompeten, berdedikasi dan disukai publiknya. Strategi *Self-promotion* menekankan kredibilitas kerja Giring pada bidang seni dan kebudayaan sebagai wakil menteri, sedangkan *Exemplification* memperlihatkan dedikasi Giring untuk menjadi teladan dan membawa nilai – nilai moral pada bidang seni dan kebudayaan pada publik. Sementara *Ingratiation*, walaupun paling sedikit, memperkuat kesan kebaikan dan keramahan Giring sebagai tokoh publik dan menggambarkan upayanya untuk dapat lebih dekat atau disukai publik.

Minimnya penggunaan strategi *Ingratiation* menandakan bahwa Giring tidak secara aktif menggunakan pendekatan emosional untuk membangun citra sebagai tokoh yang disukai publik. Ini bisa jadi strategi yang disengaja untuk lebih menonjolkan kesan kompeten, bermoral, dan dapat diandalkan. Selain itu, pilihan ini menjadi langkah paling strategis bagi Giring, karena sesuai dengan kebutuhan konteks komunikasinya. Pilihan ini juga erat kaitannya dengan latar belakang personal Giring yang beralih profesi dari musisi menjadi tokoh politik, sehingga membuat Giring diragukan kredibilitasnya sebagai pejabat. Selain itu, pada awal karir politiknya mulai disorot publik, Giring juga sempat terjerat dalam kontroversi – kontroversi terkait moral dan etika. Karena itu, Strategi manajemen kesan yang ia gunakan, cenderung lebih menonjolkan *Self-promotion*, *Exemplification* lalu kemudian *Ingratiation*, menunjukkan upaya yang terstruktur dan berkesinambungan untuk menetralkan persepsi negatif terkait kompetensi dan moral, serta membangun kembali kepercayaan publik. Giring perlu dilihat sebagai pemimpin yang kredibel dan bermoral.

Tidak ditemukannya strategi *Intimidation* dan *Supplication* juga memperkuat pendekatan ini. Strategi *Intimidation* cenderung menciptakan kesan negatif terkait moral dan memunculkan rasa takut. Hal ini tidak sesuai dengan citra pemimpin milenial yang non-diskriminatif. Sementara, *Supplication* menampilkan kesan lemah dan ketergantungan. Hal ini tentu saja bertolak belakang dengan kebutuhan Giring untuk tampil sebagai pemimpin yang kompeten, dapat diandalkan dan independen. Jika dilihat dari perspektif citra pemerintah, Giring berupaya membentuk dua sisi citra secara bersamaan. Pertama, citra birokrasi, yang tercermin dari konten – konten kerja lapangan dan performa administratifnya. Hal ini semakin menyorot kesan sebagai pemimpin yang *performative*. Kedua, citra politik, yang tercermin dari aspek kompetensi, kepercayaan (*trustworthiness*) dan niat baik (*good will*). Dengan mengedepankan kedua citra ini, Giring berharap dapat diakui sebagai pejabat muda yang kredibel, bermoral dan disukai publik.

3. Hasil Penelitian Akun Dito



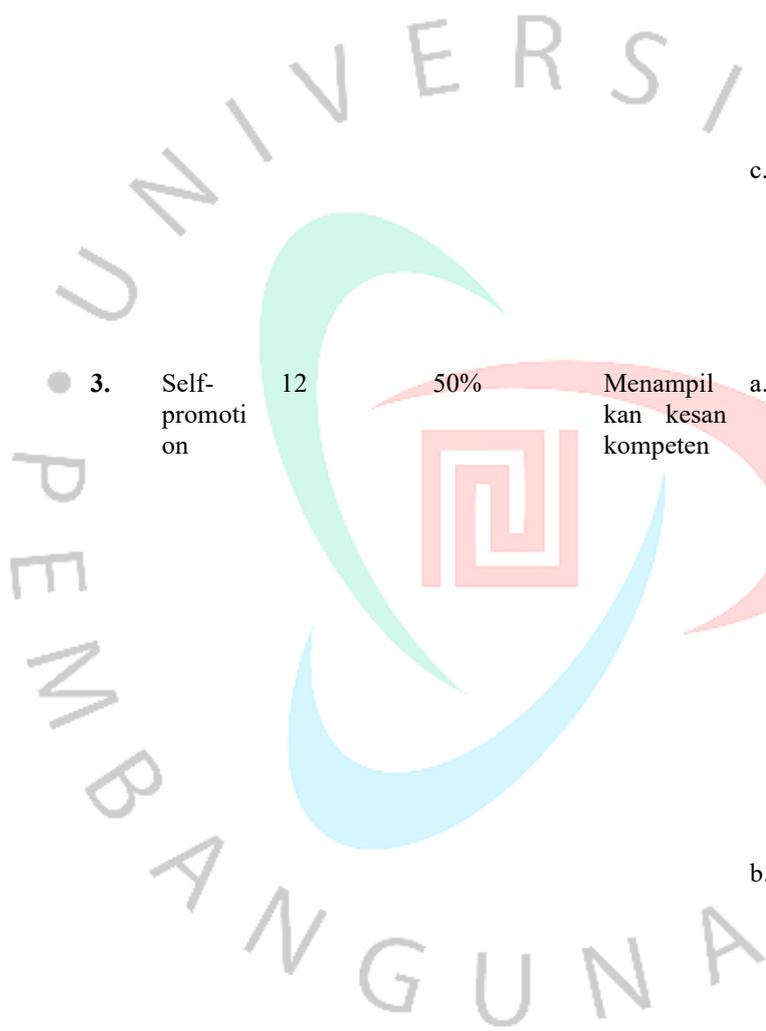
gambar 4.6 Hasil Manajemen Kesan Dito Ariotedjo
Sumber: Olahan Peneliti

Diagram pada gambar 4.11 menunjukkan bahwa dalam unggahan reels akun Instagram @Ditoariotedjo, strategi manajemen kesan yang paling dominan adalah *Self-promotion*, yaitu sebanyak 50% (12 dari 22 unggahan). Diikuti oleh *Ingratiation* sebanyak 40% (8 dari 22 unggahan), dan *Exemplification* sebanyak 10% (2 dari 22 unggahan). Sementara itu, tidak ditemukan penggunaan strategi *Intimidation* dan *Supplications* sama sekali. Masing –

masing manajemen kesan menunjukkan kesan yang berbeda – beda. Rangkuman kesan yang ditunjukkan masing – masing strategi dapat diamati pada tabel berikut.

Tabel 4. 3 Tabel Hasil Penelitian Dito

No.	Strategi	Jumlah Konten	Persentase	Tujuan	Dampak/Kesan
1.	Ingratiation	8	40%	Menampilkan kesan disukai	<p>a. Kesan positif, Dito menunjukkan sikap positif dan ramah ketika berinteraksi dengan publianya, yang mayoritas adalah pemuda – pemudi berpretasi, atlet olahraga, hingga penyelenggara aktifitas kepemudaan dan olahraga. Dito secara konsisten menunjukkan sikap apresiatif dan mendukung publiknya secara terbuka.</p> <p>b. Tidak terdapat kesan negatif seperti lebih – lebihkan atau menunjukkan ketidak tulusan. Terlihat dari ekspresi dan reaksi publik yang terlihat senang atas apresiasinya.</p> <p>c. Terlihat reaksi atau respon masyarakat yang senang dan antusias bersama Dito dalam berbagai acara olahraga. Terlihat dari simbol non-verbal dalam video dan komentar – komentar masyarakat.</p>
2.	Exemplification	2	10%	Menampilkan kesan dihormati dan berdedikasi	<p>a. Kesan positif, Dito menampilkan kesan berdedikasi dan kompeten melalui upayanya dalam menyuarakan dan mengedukasi publik terkait aktifitas olahraga. Diluar aktifitas</p>



3. Self-promotion

12

50%

Menampilkan kesan kompeten

- kenegaraannya, Dito juga menunjukkan upayanya melibatkan sektor kepemudaan dan olaharag dalam konten – kontennya.
- b. Tidak ada kesan negatif seperti tidak bermoral, karena Dito menunjukkan semangat dan antusiasnya menyuarakan segala hal dan nilai – nilai terkait nasionalisme, kepemudaan, dan olahraga.
 - c. menunjukkan reaksi publik yang turut mengagumi dedikasi Dito. Terlihat dari komentar – komentar masyarakat ada unggahan tersebut.
 - a. Kesan positif, Dito menampilkan kesan kompeten dan kredibel. Dito menunjukkan sikap yang percaya diri, semangat dan profesional dalam bekerja. Ia menunjukkan keberlangsungan program kerjanya dan memberikan penjelasan terkait perkembangan atau progres pada publik.
 - b. Tidak ada kesan negatif, seperti melakukan kecurangan dan kesalahan bersikap. Dito, menunjukkan interaksi yang positif selama melakukan tugasnya sebagai menteri, baik ketika berpartisipasi dalam rapat, menyampaikan pidato, melakukan sosialisasi terkait regulasi kementerian, hingga berkolaborasi dan berkoordinasi dengan tokoh publik

-
- atau kementerian lainnya.
- c. Unggahan menunjukkan reaksi publik yang terlihat percaya, mendukung dan mengagumi kinerja Dito. Terlihat dari simbol non-verbal dalam video dan komentar – komentar masyarakat.
-

Sumber: olahan peneliti

Tabel 4.3 di atas berisi hasil penelitian pada akun Instagram Dito yang berupa rangkuman strategi - strategi manajemen kesan yang digunakan, frekuensi penggunaannya, tujuan, dan dampak atau kesan yang tampak melalui unggahan reels-nya. Strategi *Self-promotion*, yang bertujuan untuk menampilkan kesan kompeten menjadi strategi yang paling dominan, yaitu sebanyak 50% dari total unggahan reels. Melalui unggahan reelsnya, Terlihat kesan positif yang tercapai melalui strategi ini, yaitu kesan kompeten dan dapat dipercaya sebagai pejabat muda. Selain itu, unggahan reelsnya juga menampilkan reaksi publik yang mengagumi dan antusias terhadap pencapaian, aktivitas dan acara – acara olahraga yang diperkenalkan melalui unggahan – unggahannya.

Kemudian mengikuti *Self-promotion*, Strategi *Ingratiation* juga cukup banyak digunakan. Strategi *Ingratiation*, yang bertujuan untuk menampilkan kesan disukai, digunakan sebanyak 40% dari total unggahan reels. Terlihat kesan positif yang muncul dari penggunaan strategi ini, yaitu kesan pejabat muda dekat dengan publiknya. Terlihat dari konten – konten yang menunjukkan aktifitasnya mengunjungi acara – acara olahraga dan secara konsisten memberikan apresiasi pada anak – anak muda berprestasi yang turun berkontribusi membawa nama Indonesia dalam berbagai bidang. Didukung pula dengan respon masyarakat yang menunjukkan ekspresi senang dan antusias atas sikap Dito.

Sementara, strategi *Exemplification* menjadi strategi yang paling sedikit frekuensi penggunaannya, yaitu hanya sebanyak 10% dari total unggahan reels. Strategi ini bertujuan untuk menampilkan kesan berdedikasi dan

dihormati. Walaupun tidak terlalu Ditonjolkan, terlihat kesan positif yang ditampilkan oleh Dito dengan menggunakan strategi ini, yaitu kesan sebagai pejabat muda yang berdedikasi dan nasionalis. Dapat dilihat dari konten – kontennya yang secara langsung mengusungkan nilai – nilai moral dan nasionalisme atau konten – konten yang menunjukkan antusiasnya terhadap peringatan nasional. Kemudian, didukung dengan menunjukkan reaksi masyarakat yang menunjukkan rasa terima kasih dan bangga akan dukungan dan bantuan Dito.

Data ini menunjukkan bahwa Dito memilih untuk membangun citra sebagai sosok yang kompeten, memiliki kapabilitas dalam bidangnya, dekat dan disukai publiknya, dan menghindari kesan ditakuti dan lemah yang cenderung merugikan dirinya. Pilihan ini menjadi pilihan strategis bagi Dito sebagai pejabat muda yang perlu memperbaiki citra setelah banyaknya sorotan negatif terkait kinerja atau jejak karirnya. Penegasan dari data angka di atas terlihat dalam konten – konten unggahan yang secara konsisten memperlihatkan Dito tersenyum, berbaur, mengapresiasi, berdialog langsung dengan pemuda – pemuda, atlet, dan insan – insan kepemudaan dan olahraga yang merupakan publiknya, atau menampilkan aktifitas profesional seperti peresmian acara, memberikan pidato dan arahan, pelepasan atlet dan pemuda – pemudi berprestasi, hingga menghadiri dan memimpin rapat – rapat kementerian. Meskipun sedikit, terdapat juga konten yang memperlihatkan dedikasi dan antusias nasionalismenya.

Minimnya penggunaan strategi *Exemplification* menandakan bahwa Dito tidak secara aktif membangun citra sebagai tokoh teladan dan bermoral tinggi. Ini bisa menjadi strategi yang disengaja untuk menunjang kepercayaan masyarakat akan kompetensinya pada bidang kepemudaan dan olahraga. Pilihan strategi ini juga erat kaitannya dengan latar belakang personal Dito, yang sering kali dianggap minim pengalaman, tidak beretika, hingga dianggap mendapatkan posisi strategis di pemerintahan bukan karena prestasi, melainkan koneksi. Selain itu, Dito sempat bersinggungan dengan kasus korupsi besar, walau akhirnya dinyatakan tidak terlibat. Dito

juga sempat diragukan dan dianggap “membuat malu” pejabat negara karena kesalahan bersikap pada salah satu acara olahraga.

Tidak ditemukannya strategi *Intimidation* dan *Supplication* juga memperkuat pendekatan ini. Strategi *inimidation* cenderung menciptakan rasa takut yang akhirnya memberikan jarak antara Dito dan publik. Sementara itu, *Supplication* cenderung menampilkan kelemahan dan ketergantungan. Kedua hal ini tidak sesuai dengan citra pemimpin milenial yang inklusif dan independen. Selain itu, kedua hal ini juga bertolak belakang dengan kebutuhan Dito untuk tampil percaya diri, bermoral dan profesional di hadapan publik. Jika dilihat berdasarkan perspektif citra pemerintah, sebagian besar unggahan Dito menunjukkan upaya membentuk posisi citra birokrasi, yang tercermin dari konten – konten kerja lapangan dan performa administratifnya. Melalui ini, Dito memperkuat kesan sebagai pemimpin yang performative. Selain itu, beberapa unggahan juga menunjukkan adanya upaya membentuk citra politik, yang tercermin dari konten berisi aktifitas personalnya mendukung aktifitas – aktifitas pada bidang olahraga.

4. Tabel Komparasi Hasil Penelitian Pejabat Milenial

Tabel 4. 4 Tabel Komparasi Hasil Penelitian Pejabat Milenial

Strategi Manajemen Kesan	Gibran Rakabuming	Dito Ariotedjo	Giring
Ingratiation	34%	40%	18%
Exemplification	13%	10%	23%
Self-promotion	53%	50%	59%

Sumber: olahan peneliti

Pada bagian ini, penelitian telah menunjukkan hasil atau data kuantitatif untuk mengetahui strategi manajemen kesan yang digunakan pejabat milenial melalui unggahan reels pada akun Instagram @Gibran_rakabuming, @Ditoariotedjo, dan @Giring selama periode 21 Oktober 2024 – 28 Januari 2025. Ketiga pejabat milenial hanya menggunakan tiga strategi manajemen kesan, yaitu *Ingratiation*, *Exemplification*, dan *Self-promotion*. Sementara, strategi manajemen kesan

yang tidak ditemukan adalah strategi *Intimidation* dan *Supplication*. *Self – Promotion* menjadi strategi paling dominan yang digunakan oleh ketiga pejabat milenial, yaitu Gibran dengan frekuensi penggunaan 53% dari total unggahan, Dito 50%, dan Giring 59%. Hal ini menunjukkan bahwa kesan kompeten menjadi fokus utama ketiga pejabat muda dalam membangun citra.

Sementara, strategi *Ingratiation* dan *Exemplification* cenderung berada pada urutan kedua dan ketiga paling banyak digunakan oleh ketiga pejabat. Dengan frekuensi penggunaan yang berbeda – beda ini menunjukkan bahwa ketiga pejabat milenial menggunakan strategi manajemen kesan yang sesuai kebutuhan masing – masing. Pada unggahan reels Gibran, strategi *Ingratiation* digunakan sebanyak 34% dari total unggahan dan strategi *Exemplification* digunakan sebanyak 13% dari total unggahan. Hal ini menunjukkan bahwa, walaupun kesan disukai tidak menjadi fokus utamanya, kesan ini juga tetap dibutuhkan dan diperhitungkan dampaknya oleh Gibran untuk memperkuat citranya. Sementara, kesan berdedikasi agar dihormati melalui *eximplification* bisa jadi digunakan untuk melengkapi citra positifnya dan menghindari kesan elitis atau menggurui.

Pada unggahan reels Dito, strategi *Ingratiation* digunakan sebanyak 40% dari total unggahan dan strategi *Exemplification* digunakan sebanyak 10% dari total unggahan. Dilihat dari besarnya perbedaan frekuensi penggunaan kedua strategi ini, menunjukkan bahwa kesan disukai publik melalui strategi *Ingratiation* masih dianggap penting bagi Dito, walaupun tidak sebanyak *Self-promotion*. Sementara, strategi *exemplification* bisa jadi digunakan hanya untuk melengkapi citra positifnya. Berbeda dengan Gibran dan Dito, Pada unggahan reels Giring, strategi *Exemplification* lebih dominan dibandingkan strategi *Ingratiation*, yaitu sebanyak 23% dan 18%. Hal ini mungkin terjadi karena Giring ingin menunjukkan kesan pejabat muda yang berdedikasi terhadap nilai – nilai kebudayaan. Mengingat, sektor kebudayaan juga sesuai dengan bidang kerjanya. Dengan Giring menunjukkan dedikasinya secara personal, kompetensinya dan kepercayaan publik terhadap Giring pada sektor kebudayaan juga dapat meningkat.

Karena itu, Giring lebih cenderung menunjukkan kepeduliannya terhadap nilai – nilai moral, khususnya nilai – nilai kebudayaan, dibandingkan upaya menjadi sosok yang merakyat.

4.2.2. Strategi Manajemen Impresi Tiga Pejabat Milenial

1. Self-Promotion



gambar 4. 7 Jumlah Penggunaan Strategi Self-Promotin Akun Pejabat Milenial
Sumber: Olahan Peneliti

Diagram gambar di atas menunjukkan jumlah penggunaan strategi *self-promotion* yang digunakan pejabat milenial dari total unggahan masing – masing akun. Strategi *Self Promotion* adalah strategi yang bertujuan untuk membangun kesan kompeten dan dapat diandalkan. Strategi ini dapat diidentifikasi berdasarkan simbol komunikasi verbal dan non-verbal sesuai dengan yang sudah dijelaskan pada konsep Manajemen Kesan, yaitu:

a. Simbol verbal

- 1) Menunjukkan kinerja, seperti “Bertemu siswa siswi SDN 03 Jakarta Pusat untuk persiapan program unggulan Bapak Presiden Prabowo Subianto, Makan Bergizi Gratis.”
- 2) Menunjukkan keahlian, seperti “sektor ini sudah menjadi fokus saya sejak awal menjabat, jadi saya cukup memahami dinamika yang terjadi”
- 3) Menyatakan pencapaian seperti “Kami berhasil menurunkan angka pengangguran 5%" atau "Dalam 100 hari, 10 proyek selesai".
- 4) Menyatakan klaim prestasi, seperti “Saya sudah menangani lebih dari 20 proyek serupa selama tiga tahun terakhir, dan semuanya selesai tepat waktu dengan hasil yang memuaskan.”

b. Simbol Non - Verbal

- 1) Gerak tubuh: Menunjukkan gestur tangan terbuka saat menyampaikan pencapaian, tangan mengarah pada suatu objek saat menjelaskan sesuatu, menunjukkan wajah serius dan kepala tegak, kontak mata langsung atau menatap langsung ke kamera/audiens.
- 2) Suara: Menunjukkan nada tegas dan stabil
- 3) Sentuhan: Berjabat tangan, berbeda dengan ingratiation, gaya jabatan tangan lebih tegas, kuat, dan penuh kontrol. Durasi bisa lebih singkat, disertai postur tubuh tegap, kontak mata cukup tajam, dan ekspresi percaya diri menunjukkan kesetaraan dan profesionalisme.
- 4) Proksemik: Menunjukkan tampilan diri seperti sedang memimpin rapat atau memberi penjelasan ke banyak orang atau berada pada jarak sosial (1,2 – 3,6 m).

Berikut adalah contoh – contoh unggahan oleh ketiga pejabat milenial yang menggunakan strategi *Self-promotion*:

- a) Akun Instagram @Gibran_rakabuming - Unggahan 6 November 2024



gambar 4. 8 unggahan reels akun Instagram @Gibran_rakabuming
Sumber: Akun Instagram @Gibran_rakabuming

Gambar 4.8 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Gibran yang menggunakan strategi *self-promotion* yang juga menunjukkan posisi citra birokrasi. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya, yaitu sudah dilihat lebih dari 1.197.669 kali, jumlah likes yang mencapai lebih dari 77 ribu, dan komentar mencapai lebih dari 1.800. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang

mengambarkan strategi *self-promotion*. Dalam unggahan pada gambar di atas, Terlihat Gibran sedang melakukan kunjungan ke salah satu proyek pembangunan Museum. Menggunakan simbol verbal yang dapat dilihat melalui caption, Gibran menjelaskan terkait tujuan kunjungan dan proyek tersebut. Dalam video, Gibran terlihat fokus dan aktif memeriksa progres pengerjaan proyek. Dapat terlihat bentuk komunikasi non-verbal gerak tubuh dan proksemiknya. Gibran menunjukkan ekspresi wajah yang serius dan gestur tangan tangan mengarah pada suatu objek saat menjelaskan sesuatu. Selain itu, dapat dilihat juga proksemik antara Gibran dan orang – orang yang bekerja dan bertanggung jawab di lapangan atau proyek tersebut berada pada jarak sosial (1,2m – 3,6m). Melalui ini, Gibran menunjukkan profesionalitas dan kapabilitasnya dalam bekerja. Melalui indikator – indikator yang terlihat tersebut, Unggahan ini termasuk ke dalam *Self-promotion*. Gibran menunjukkan sikap percaya diri dalam melakukan tugasnya, professional dan memperlihatkan kesan kompeten. Gibran tidak ragu dalam menunjukkan sikap serius dengan gelagat yang tegas. Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat mengagumi kinerja Gibran. Banyak yang berkomentar seperti “*mau dinasti jg gpp kalo beneran kerja* 🥰”, “*Sat set banget wapresku* 🔥” atau “*Mas Gibraaann aku padamuuu.. terimakasih atas pembangunan untuk wisata di kota Solo....tamuku jadi semakin banyak...*”. Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktivitas Gibran pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Gibran membentuk citra birokrasi, yang mengedepankan aspek kinerja (performative) dan legal - prosedural. Dalam unggahan tersebut, Gibran menunjukkan aktivitasnya melakukan pekerjaannya dengan profesional, turun langsung ke lapangan, dan meninjau sendiri progres atau perkembangan proyek. Secara legal – prosedural, aktivitas ini termasuk dalam salah satu tugas dan wewenang wakil presiden, yaitu terkait pengawasan operasional pembangunan.

b) Akun Instagram @Gibran_rakabuming - Unggahan 21 Oktober 2024



gambar 4. 9 unggahan reels akun Instagram @Gibran_rakabuming
Sumber: Akun Instagram @Gibran_rakabuming

Gambar 4.9 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Gibran yang menggunakan strategi *self-promotion* yang juga menunjukkan posisi citra politik. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang paling tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya, yaitu sudah dilihat lebih dari 3.591.652 kali, jumlah likes yang mencapai lebih dari 260 ribu, dan komentar mencapai lebih dari 6.400. Pada gambar di atas, Terlihat Gibran sedang menyambut kunjungan kehormatan Wakil Presiden Republik rakyat Tiongkok (RRT). Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *self-promotion*. Unggahan ini termasuk ke dalam *Self-promotion* karena Gibran menunjukkan sikap percaya diri dalam melakukan tugasnya, professional dan memperlihatkan kesan kompeten. Sebagai bentuk komunikasi verbal, Melalui caption Gibran menjelaskan tujuan dan alasan diadakannya pertemuan ini. Selain itu, Gibran menjelaskan dalam pertemuan ini ia sempat memperkenalkan berbagai hidangan khas Indonesia sebagai bentuk Gastrodipomasi yang merupakan salah satu bagian dari diplomasi yang dilakukan dengan memperkenalkan budaya kuliner suatu negara. Sebagai bentuk komunikasi non-verbal, dapat dilihat gerak tubuh, sentuhan, dan proksemiknya. Gerak tubuh yang terlihat diantaranya ekspresi wajah serius dan kepala tegak, serta kontak mata langsung dengan audiens (orang – orang dalam pertemuan), Terutama

dengan Wakil Presiden Republik Rakyat Tiongkok (RRT), seperti yang terlihat pada gambar. Sentuhan yang dimaksud berupa jabatan tangan yang tegas, kuat, dan penuh kontrol, disertai postur tubuh tegap, kontak mata cukup tajam, dan ekspresi percaya diri menunjukkan kesetaraan dan profesionalisme. Kemudian, diperkuat dengan rangkulan ringan di lengan untuk menunjukkan kesan akrab dan tetap profesional, mengingat pertemuan ini adalah pertemuan diplomatik untuk menjaga hubungan baik antar negara.

Kemudian, proksemik dapat dilihat berada pada jarak sosial (1,2-3,6 m). Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktivitas Gibran pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Gibran membentuk citra politik, yang mengedepankan aspek kompetensi dan kepercayaan. Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat mengagumi kinerja Gibran. Banyak yang berkomentar seperti *“Menyala mas Gibran 🔥, selamat bekerja sebagai wapres priode ini 🙌👏”* atau *“Saya optimis dengan Mas Gibran sebagai Wakil Presiden. Kerja kerja kerja seperti Slogan Bapak Jokowi. Kalau slogan itu dilaksanakan pasti berhasil seperti bpk beliau 🔥”*. Dalam unggahan tersebut, Gibran menunjukkan aktivitasnya melakukan pekerjaannya dengan profesional, menunjukkan komoetensinya sebagai wakil presiden dan membangun kepercayaan publik akan kemampuannya berdiplomasi.

c) Akun Instagram @Ditoariotedjo - Unggahan 19 November 2024



gambar 4. 10 unggahan reels akun Instagram @Ditoariotedjo
Sumber: Akun Instagram @Ditoariotedjo

Gambar 4.10 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Dito yang menggunakan strategi *self-promotion* yang juga menunjukkan posisi citra birokrasi. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya dengan kategori dan kelengkapan indikator yang sama, yaitu sudah dilihat lebih dari 33 ribu kali, jumlah likes yang mencapai 609, dan komentar sebanyak 28. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *self-promotion*. Pada gambar di atas, Terlihat Dito sebagai menteri sedang memberikan sosialisasi terkait peraturan kementerian pemuda dan Olahraga. Berdasarkan simbol verbal melalui caption, dapat dilihat Dito menunjukkan kinerjanya sebagai menteri dengan mensosialisasikan permenpora yang baru disahkan. Lebih jelasnya, kalimat yang dimaksud adalah, “Permenpora ini kami rancang untuk mendorong tata kelola organisasi olahraga yang lebih independen, profesional, transparan, bertanggung jawab dan juga sebagai wujud dari kehadiran pemerintah dalam pembangunan dan penguatan ekosistem olahraga tanah air”. Selain itu, dapat dilihat juga simbol non-verbal berupa gerak tubuh, suara, dan proksemik yang dilakukan oleh Dito. Gerak tubuh yang terlihat diantaranya, ekspresi wajah serius, kepala tegak, dan kontak mata dengan audiens. Kemudian, suara Dito

menunjukkan nada tegas dan stabil. Sementara, proksemik yang terlihat antara Dito dan Audiens berada pada jarak sosial. Dito menunjukkan sikap yang percaya diri dan bersikap kompeten dalam menjalankan tugasnya.

Melalui indikator – indikator tersebut, dapat diketahui bahwa unggahan ini termasuk dalam strategi *Self-promotion*. Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat mendukung dan mengagumi kinerja Dito. Dalam video terlihat audiens menyatakan penerimaan terhadap permenpora ini. Lalu, Banyak juga yang berkomentar seperti “*Mantab...Insya Allah dengan terbitnya permenpora 14 tahun 2024...tidak ada lagi atlet yang dikorbankan...maju terus mas menteri...keren*” atau “*Semangat buat KONI.. Kami berharap semoga akan ada angin segar juga, buat organisasi KORMI , sampai ke provinsi di seluruh Indonesia. Salam Olahraga*”. Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktivitas Dito pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Dito membentuk citra birokrasi, yang mengedepankan aspek kinerja dan legal-prosedural. Dalam unggahan ini, terlihat Dito menjalankan tugasnya terkait merumuskan dan mengomunikasikan kebijakan strategis kementerian. Melalui ini, Dito berupaya memperlihatkan pada publik perkembangan kinerjanya.

d) Akun Instagram @Giring - Unggahan 8 November 2024



gambar 4. 11 unggahan reels akun Instagram @Giring
Sumber: Akun Instagram @Giring

Gambar 4.11 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Giring yang menggunakan strategi *self-promotion* yang juga menunjukkan posisi citra politik. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya dengan kategori dan kelengkapan indikator yang sama, yaitu sudah dilihat lebih dari 15 ribu kali, jumlah likes yang mencapai lebih dari 787, dan komentar mencapai 12. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *self-promotion*. Pada gambar di atas, Terlihat Giring bertugas sebagai perwakilan pemerintah, terutama kementerian kebudayaan mengunjungi kegiatan yang mendukung kebudayaan Indonesia, yaitu penayangan perdana film Puang Bos. Melalui simbol verbal dalam captionnya, Giring menjelaskan terkait kunjungannya ini adalah salah satu bentuk tugasnya sebagai wakil menteri. Simbol verbal yang dimaksud adalah kalimat, “Di acara ini, hadir bersama saya Wakil Menteri Ekonomi Kreatif, Ibu @irene.umar - Kami berdua hadir sebagai bagian dari upaya dukungan pemerintah bagi para pekerja kreatif. Harapannya agar terus dapat memajukan ekonomi bangsa, terutama melalui karya-karya yang membangun dan menjaga nilai-nilai budaya”.

Selain itu, simbol – simbol non-verbal juga terlihat berdasarkan gerak tubuh, suara, dan proksemik. Giring menunjukkan gestur tangan terbuka saat menyampaikan pidatonya, menunjukkan wajah serius dan kepala tegak, dan menatap langsung ke arah audiens. Giring juga berbicara dengan nada suara tegas dan stabil, serta proksemik pada jarak sosial (1,2 – 3,6 m). Melalui unggahan ini, Giring menunjukkan sikap percaya dirinya dalam menjadi representatif dari kementerian kebudayaan. Hal ini menunjukkan upaya Giring dalam memperlihatkan kredibilitas dan kompetensinya dalam bidang kebudayaan. Karena itu, unggahan ini termasuk *Self-promotion*. Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat mengagumi kinerja Giring. Banyak yang berkomentar seperti “*keren*

mas wamen! dorong terus perfilman Indonesia”, “selamat Mas Giring. pastinya generasi muda Indonesia keren2 dengan karyanya jika diberikan kesempatan dan terfasilitasi. maju terus perfilman Indonesia. menjadi tuan di negeri sendiri” atau “Ini jg gesit kerja wamen ngga diam di kantor”.

Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktifitas Giring pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Giring membentuk citra politik, yang mengedepankan aspek kompetensi dan kepercayaan. Dalam unggahan tersebut, melalui sambutan dan caption yang ia tuliskan, Giring menunjukkan kompetensinya sebagai representatif pemerintah untuk menyampaikan apresiasi dan persuasi pada publik agar memberikan perhatian pada budaya Indonesia, termasuk melalui film Puang Bos. Giring menunjukkan upayanya menarik kepercayaan publik akan kredibilitasnya melalui sikap percaya dirinya.

e) Akun Instagram @Giring - Unggahan 1 November 2025



*gambar 4. 12 unggahan reels akun Instagram @Giring
Sumber: Akun Instagram @Giring*

Gambar 4.12 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Giring yang menggunakan strategi *self-promotion* yang juga menunjukkan posisi citra birokrasi. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya dengan

kategori dan kelengkapan indikator yang sama, yaitu sudah dilihat lebih dari 147 ribu kali, jumlah likes yang mencapai 6.263, dan komentar mencapai 163. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *self-promotion*. Pada gambar di atas, Terlihat Giring menjalankan tugasnya dalam berkoordinasi antar sektor, yaitu dengan menteri kehutanan. Hal ini menunjukkan upaya Giring dalam memperlihatkan kredibilitas dan kompetensinya sebagai wakil menteri, menjalankan tugasnya dengan percaya diri. Simbol verbal yang dimaksud adalah kalimat, “berkolaborasi antar kementerian dengan sahabatku bro menteri Kehutanan @rajaantoni , demi memperkuat pelestarian Kebudayaan Indonesia”. Selain itu, simbol – simbol non-verbal juga terlihat berdasarkan gerak tubuh, sentuhan, dan proksemik. Giring menunjukkan gestur tangan terbuka saat menjelaskan, menunjukkan wajah serius dan kepala tegak, dan menatap langsung ke arah audiens. Sentuhan yang dimaksud berupa jabatan tangan yang tegas, kuat, dan penuh kontrol, disertai postur tubuh tegap, kontak mata cukup tajam, dan ekspresi percaya diri menunjukkan kesetaraan dan profesionalisme. Giring juga berbicara dalam proksemik pada jarak sosial (1,2 – 3,6 m). Melalui unggahan ini, Giring menunjukkan sikap percaya dirinya dalam menjadi representatif dari kementerian kebudayaan. Hal ini menunjukkan upaya Giring dalam memperlihatkan kredibilitas dan kompetensinya dalam bidang kebudayaan. Karena itu, unggahan ini termasuk *Self-promotion*. Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat mengagumi kinerja Giring. Banyak yang berkomentar seperti “selalu bawa catatan...proud banget abang” atau “Mantap Mas Wamen Giring.. selamat bekerja.. semangat..”. Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktifitas Giring pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Giring membentuk citra birokrasi, yang mengedepankan aspek kinerja dan *legal-prosedural*. Sebagai wakil menteri, sudah menjadi salah satu tugasnya melakukan koordinasi lintas sektor maupun internal. Melalui unggahan ini, Giring

menunjukkan hal ini. Dalam unggahan tersebut, terlihat Giring berupaya menunjukkan kinerjanya pada publik dengan gaya bahasa yang santai.

2. Ingratiation



gambar 4. 13 Jumlah Penggunaan Strategi Ingratiation Akun Pejabat Milenial
Sumber: Olahan Peneliti

Diagram gambar di atas menunjukkan jumlah penggunaan strategi *Ingratiation* yang digunakan pejabat milenial dari total unggahan masing – masing akun. Strategi *Ingratiation* adalah strategi yang bertujuan untuk membangun kesan disukai dan dekat dengan masyarakat. Strategi ini dapat diidentifikasi berdasarkan simbol komunikasi verbal dan non-verbal sesuai dengan yang sudah dijelaskan pada konsep Manajemen Kesan, yaitu:

a. Simbol verbal:

- 1) Sapaan ramah, seperti “selamat siang bapak/ibu”, “apa kabar adik – adik?”, “salam sehat”, “senang sekali bisa bertemu dengan teman – teman sekalian”, dll.
- 2) candaan yang tidak menyakiti dan menyinggung pihak manapun
- 3) ungkapan pujian dan apresiasi, seperti “Terima kasih atas usaha dan kerja keras rekan – rekan”, “selamat atas..”, “turut bangga dengan pencapaian atlet dalam pertandingan ini”, dll.

b. Simbol Non – Verbal:

- 1) Gerak tubuh: ekspresi tersenyum atau tertawa dengan warga dan kontak mata langsung dengan warga
- 2) Suara: Nada ramah dan bersahabat, Intonasi naik-turun dinamis untuk menunjukkan keakraban
- 3) Sentuhan: Berjabat tangan dengan warga atau Menyentuh ringan seperti merangkul warga. Gaya jabatan tangan lembut, disertai ekspresi

senyum, kontak mata tidak terlalu kuat dan bahu sedikit condong ke depan.

- 4) Proksemik: Menunjukkan keakraban dengan warga dengan jarak intim (0–46 cm), tetapi kadang juga pada jarak personal (46 cm – 1,2 m). Menunjukkan upaya mendekatkan diri ke arah warga atau banyak mobilitas ke arah warga.

Berikut adalah contoh – contoh unggahan oleh ketiga pejabat milenial yang menggunakan strategi Ingratiation:

- a) Akun Instagram @Gibran_Rakabuming - Unggahan 23 November 2024



gambar 4. 14 unggahan reels akun Instagram @Gibran_rakabuming
Sumber: Akun Instagram @Gibran_rakabuming

Gambar 4.14 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Gibran yang menggunakan strategi *Ingratiation* yang juga menunjukkan posisi citra politik. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya dengan kategori dan kelengkapan indikator yang sama, yaitu sudah dilihat lebih dari 16.911.826 kali, jumlah likes yang mencapai lebih dari 648 ribu, dan komentar mencapai lebih dari 15 ribu. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *Ingratiation*. Dalam unggahan pada gambar di atas, Terlihat Gibran sedang melakukan kunjungan ke salah satu desa, menyapa dan berdialog dengan masyarakat, serta mengunjungi pasar lokal. Gibran mengunjungi desa atas dorongan pribadi, bukan atas dasar

kepentingan profesional atau menjalankan tugas. Berdasarkan simbol verbal, Gibran menjelaskan dalam kunjungan ini ia menyapa dan memuji masyarakat melalui ungkapan rasa senang atau antusiasnya. Terlihat dari kalimat, "*Bertemu dan menyapa warga, ibu – ibu dan anak – anak. Recharge.*" dan "*Walau hanya beberapa menit saja, bisa melihat warga tersenyum dan mendengarkan harapan – harapannya, hilang sudah lelah*".

Dalam video, Gibran juga terlihat menunjukkan bentuk komunikasi non-verbal, yaitu gerak tubuh berupa sikap ramah dengan ekspresi tersenyum sembari membagikan hadiah pada anak – anak dan siswa – siswa di desa tersebut. Lalu, Gibran juga menunjukkan bentuk komunikasi non-verbal yang lain, yaitu sentuhan dan proksemik. Sentuhan yang dimaksud adalah berjabat tangan dengan masyarakat sekitar dengan badan sedikit membungkuk. Ketika berjabat tangan dengan orang tua. Kemudian, terlihat proksemik atau jarak komunikasi antara Gibran termasuk pada jarak personal (46 cm – 1,2 m). Melalui indikator – indikator yang terlihat tersebut, unggahan ini dapat diidentifikasi termasuk ke dalam *Ingratiation*. Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat senang dan antusias terhadap upaya Gibran. Banyak yang turut menyapa dan melontarkan beberapa pujian, seperti "*terima kasih pak*", "*pak Gibran ganteng banget*" atau "*hidup pak Gibran*".

Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktivitas Gibran pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Gibran membentuk citra politik, yang mengedepankan aspek kompetensi, Kepercayaan dan niat baik. Dalam unggahan tersebut, Gibran menunjukkan kompetensi dan dedikasinya untuk tetap menyapa dan memantau kondisi masyarakat secara langsung ditengah – tengah kesibukannya dalam menjalankan tugas negara. Selain itu, Gibran juga menekankan aktivitasnya berdasarkan niat suka rela secara pribadi, yang berarti Gibran menunjukkan niat baiknya menyapa, berbaur dan berupaya mendapatkan kepercayaan masyarakat.

b) Akun Instagram @Gibran_Rakabuming - Unggahan 27 Oktober 2024



*gambar 4. 15 unggahan reels akun Instagram @Gibran_rakabuming
Sumber: Akun Instagram @Gibran_rakabuming*

Gambar 4.15 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Gibran yang menggunakan strategi *Ingratiation* yang juga menunjukkan posisi citra politik. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya dengan kategori dan kelengkapan indikator yang sama, yaitu sudah dilihat lebih dari 2.8 juta kali, jumlah likes yang mencapai lebih dari 193 ribu, dan komentar mencapai lebih dari 6.8 ribu. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *Ingratiation*. Pada gambar di atas, Terlihat Gibran sedang melakukan kunjungan ke salah satu pasar tradisional. Kunjungannya ke pasar tersebut menjadi agenda peninjauan sebagai wakil presiden dan merupakan salah satu upaya untuk mencapai tujuan pemerintah, yaitu terkait program revitalisasi pasar tradisional. Dalam video, dapat dilihat bentuk komunikasi non-verbal yang dilakukan oleh Gibran, yaitu gerak tubuh, sentuhan, dan proksemik. Gerak tubuh yang terlihat diantaranya, ekspresi tersenyum dan kontak mata langsung dengan masyarakat. Sentuhan yang terlihat berupa jabatan tangan antara Gibran dan masyarakat. Kemudian, proksemik yang terlihat berada pada jarak personal (46 cm – 1,2 m). Sementara, bentuk komunikasi verbal dapat diidentifikasi melalui caption. Gibran menjelaskan bahwa aktivitas

dalam video dilakukan untuk menyapa dan meninjau warga dan para pedagang.

Gibran juga menunjukkan sikap ramah dengan berdiskusi langsung bersama para pedagang. Selain itu, dalam unggahan ditunjukkan bahwa Gibran sempat berada di tengah – tengah masyarakat sekitar sembari membagikan hadiah pada anak – anak dan siswa – siswa di wilayah tersebut. Hal ini menunjukkan upaya Gibran bersikap ramah dan membangun hubungan yang dekat dengan masyarakat. Melalui indikator – indikator yang terlihat tersebut, unggahan ini dapat diidentifikasi termasuk ke dalam *Ingratiation*. Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat senang dan antusias terhadap kunjungan Gibran. Banyak yang turut menyapa dan melontarkan beberapa harapan, seperti “terima kasih pak”, “Mas Gibran!” atau “sehat selalu mas Gibran”. Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktivitas Gibran pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Gibran membentuk citra birokrasi, yang mengedepankan aspek kinerja (*performative*). Dalam unggahan tersebut, Gibran menunjukkan aktivitasnya melakukan pekerjaannya dengan profesional, turun langsung ke lapangan, dan meninjau sendiri kesiapan pelaksanaan program kerja.

c) Akun Instagram @Ditoariotedjo - Unggahan 20 November 2024



gambar 4. 16 unggahan reels akun Instagram @Ditoariotedjo
Sumber: Akun Instagram @Ditoariotedjo

Gambar 4.16 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Dito yang menggunakan strategi *Ingratiation* yang juga menunjukkan posisi citra birokrasi. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya dengan kategori dan kelengkapan indikator yang sama, yaitu sudah dilihat lebih dari 35 ribu kali, jumlah likes yang mencapai lebih dari 4 ribu, dan komentar mencapai lebih dari 37. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *Ingratiation*. Dalam unggahan pada gambar di atas, Terlihat Dito sedang memberikan dukungan langsung dan ikut serta menonton pertandingan bersama pejabat lainnya dan masyarakat. Menggunakan simbol verbal melalui caption, dapat terlihat Dito memberikan apresiasi pada timnas Indonesia yang berhasil memenangkan pertandingan. Apresiasi tersebut berupa kalimat berikut, “Terima kasih @timnasindonesia untuk +3 poin berharga yang membawa terbang ke atas!”. Selain itu, terlihat juga simbol non-verbal berupa gerak tubuh dan proksemik. Gerak tubuh yang ditunjukkan oleh Dito diantaranya, ekspresi tersenyum dan tertawa. Kemudian, terlihat juga jarak proksemik antara Dito dan masyarakat di sekitar berada pada jarak personal.

Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat senang dan antusias bersama Dito. Banyak juga yang berkomentar seperti “*Sebelumnya tidak pernah terbayangkan kita punya timnas se keren ini pak ,terimakasih pak @Ditoariotedjo @erickthohir*”, “*Tidak ada yang muatahil, doa dan dukungan, selamat pak meteri ,semoga menjadikan kebangkitan sepak bola kita ke dunia*” atau “*Garuda terbang makin tinggi pak*”. Berdasarkan indikator – indikator yang terlihat, unggahan ini termasuk dalam *Ingratiation*. Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktivitas Dito pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Gibran membentuk citra birokrasi, yang mengedepankan aspek moral dan kinerja. Melalui

unggahan tersebut, Dito memperlihatkan aktifitas dan kinerjanya sebagai menteri yang mendukung publiknya.

d) Akun Instagram @Giring - Unggahan 1 Desember 2024



gambar 4. 17 unggahan reels akun Instagram @Giring
Sumber: Akun Instagram @Giring

Gambar 4.17 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Giring yang menggunakan strategi *Ingratiation* yang juga menunjukkan posisi citra politik. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya dengan kategori dan kelengkapan indikator yang sama, yaitu sudah dilihat lebih dari 13 ribu kali, jumlah likes yang mencapai lebih dari 604, dan komentar mencapai lebih dari 16. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *Ingratiation*. Pada gambar di atas, Terlihat Giring sedang melakukan kunjungan ke salah satu situs budaya Indonesia. Dalam video, Giring terlihat dengan ramah menyapa pengunjung yang datang dan berswafoto bersama. Simbol verbal dapat dilihat dari interaksi Giring dengan warga di dalam video dan melalui caption, diantaranya sapaan ramah dan apresiasi. Sapaan ramah yang dimaksud adalah kalimat seperti, “mari ibu”. Sementara apresiasi yang dimaksud adalah ucapan terimakasih, “terima kasih semangatnya ya” dan apresiasi pedagang lokal dengan membeli produk mereka “, waktu keliling saya juga ditawari cendera mata. Tapi mohon maaf ya Ibu, kalau dikasih secara cuma-cuma saya nolak, saya beli saja.

Terima kasih atas tawarannya”. Selain itu, simbol non-verbal juga terlihat berdasarkan gerak tubuh, sentuhan, suara, dan proksemik.

Giring menunjukkan ekspresi tersenyum dan kontak mata langsung dengan warga. Giring juga berbicara dengan nada suara yang rendah atau ramah dan intonasi yang naik – turun, menunjukkan kedekatan. Giring juga berjabat tangan dengan warga, jabatan tangan terlihat lembut, disertai ekspresi senyum, kontak mata tidak terlalu kuat dan bahu sedikit condong ke depan. Selain itu, Giring juga menunjukkan proksemik yang dinamis antara ia dan Warga, antara jarak intim (0–46 cm) hingga jarak sosial (46 cm – 1,2 m). Berdasarkan indikator – indikator yang terlihat, unggahan ini termasuk *Ingratiation*. Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat senang dan dekat dengan Giring. Terlihat dari gerak tubuh masyarakat sekitar yang menunjukkan keramahan dengan menyapa Giring dan berniat memberikan cinderamata. Ada juga yang berkomentar memuji dan mengapresiasi seperti “*Ramah sekali mas wamen*”, “*Sat set banget wapresku*” atau “*Terima kasih, Bapak, sudah mampir ke lapak kami. Semoga ke depan ada pencerahan untuk kami agar bisa lancar berjualan dan mendapat pemasukan untuk keluarga*”.

Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktifitas Giring pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Giring membentuk citra politik, yang mengedepankan aspek kompetensi, kepercayaan dan niat baik. Dalam unggahan tersebut, Giring menunjukkan dedikasinya untuk mendengarkan keluhan dan masukan masyarakat secara langsung, memberikan harapan dan menjelaskan upaya yang akan dilakukan untuk mewujudkan harapan mereka, serta menunjukkan niat baiknya dengan membantu membeli dagangan masyarakat sekitar.

e) Akun Instagram @Giring - Unggahan 11 Desember 2024



gambar 4.18 unggahan reels akun Instagram @Giring
Sumber: Akun Instagram @Giring

Gambar 4.18 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Giring yang menggunakan strategi *Ingratiation* yang juga menunjukkan posisi citra Birokrasi. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya dengan kategori dan kelengkapan indikator yang sama, yaitu sudah dilihat lebih dari 12 ribu kali, jumlah likes yang mencapai lebih dari 429, dan komentar mencapai lebih dari 43. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *Ingratiation*. Pada gambar di atas, Terlihat Giring sedang melakukan kunjungan ke salah satu taman budaya di Nusa Tenggara Timur. Dalam unggahan tersebut, terlihat Giring menunjukkan sikap apresiatifnya kepada para seniman disana atas dedikasi mereka terhadap budaya lokal. Selain itu, Giring menunjukkan sikap ramahnya dengan mengajak para seniman lokal bercanda dan menarikan tari tradisional tersebut bersama.

Simbol verbal dapat dilihat dari interaksi Giring dengan seniman – seniman dan pejabat yang mendampinginya, serta juga melalui caption. Simbol verbal yang terlihat diantaranya, kalimat candaan “tunggu, gantian bapak – bapak yang nari, kita yang nonton”, kalimat pujian “luar biasa ini”, dan apresiasi melalui caption “Apresiasi saya kepada koreografer muda dan para penari penari muda yang sudah mendedikasikan waktunya untuk berekspresi di Taman Budaya Gerson Poyk menari tarian Bidu dari NTT. Bangga!”. Selain itu, simbol non-

verbal juga terlihat berdasarkan gerak tubuh, sentuhan, suara, dan proksemik. Giring menunjukkan ekspresi tersenyum, tertawa dan kontak mata langsung dengan warga. Giring juga berbicara dengan nada suara yang ramah dan intonasi yang naik – turun yang terdengar bersahabat, menunjukkan kedekatan.

Giring juga berjabat tangan dengan warga, jabatan tangan terlihat lembut, disertai ekspresi senyum, kontak mata tidak terlalu kuat dan bahu sedikit condong ke depan. Selain itu, Giring juga menunjukkan proksemik yang dinamis antara ia dan Warga, antara jarak intim (0–46 cm) hingga jarak sosial (46 cm – 1,2 m). Berdasarkan indikator – indikator yang terlihat, unggahan ini termasuk *Ingratiation*. Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat senang dan antusias menerima kunjungan Giring. Terlihat dari ekspresi dan gerak tubuh yang mereka tunjukkan. Ada juga yang berkomentar memuji dan mengapresiasi seperti “*Mantappp Bang Terimakasih yasudah datang mengunjungi NTT*”, “*Keren, langsung hafal gerakan tarian jai*” atau “*Menyala mas Wamen @Giring 🍊 luwesss ❤️*”.

Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktifitas Giring pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Giring membentuk citra birokrasi, yang mengedepankan aspek *performative* dan moral. Dalam unggahan tersebut, Giring menunjukkan kinerjanya dalam melakukan peninjauan aktivitas kebudayaan yang merupakan salah satu tugasnya. Namun, disamping itu, secara personal Giring menunjukkan sikap apresiatifnya dan penghormatannya terhadap budaya Indonesia, beserta para seniman yang melestarikannya.

3. Exemplification



gambar 4. 19 Jumlah Penggunaan Strategi Ingratiation Akun Pejabat Milenial
Sumber: Olahan Peneliti

Diagram gambar di atas menunjukkan jumlah penggunaan strategi *exemplification* yang digunakan pejabat milenial dari total unggahan masing – masing akun. Strategi *exemplification* adalah strategi yang bertujuan untuk membangun kesan dapat dihormati dan berdedikasi. Strategi ini dapat diidentifikasi berdasarkan simbol komunikasi verbal dan non-verbal sesuai dengan yang sudah dijelaskan pada konsep Manajemen Kesan, yaitu:

a. Simbol verbal

- 1) Ungkapan dedikasi dan keteladanan (contoh: "Kami siap bekerja 24 jam demi rakyat"), pengorbanan pribadi (contoh: "Saya memilih tak menggunakan mobil dinas"), dan kata-kata moral tinggi (contoh: "Pengabdian tanpa pamrih", "Demi masa depan generasi bangsa").

b. Simbol Non – Verbal

- 1) Gerak tubuh: Ekspresi wajah serius, menunjukkan empati, antusias, dan Kontak mata berpindah ke banyak arah atau menyapu audiens.
- 2) Suara: nada rendah dan mantap dan Intonasi menekankan kata-kata penting (misalnya: rakyat, bangsa).
- 3) Sentuhan: sentuhan ringan di pundak, untuk menunjukkan simpati, memahami dan peduli.
- 4) Jarak Proksemik: Berada pada jarak sosial (1,2 – 3,6 m), tetapi sangat mungkin mendekat hingga jarak personal (46 cm – 1,2 m). Menunjukkan fleksibilitas dari sosial ke personal tetapi mobilitas atau upaya mendekat ke arah warga tidak mendominasi

Berikut adalah contoh – contoh unggahan oleh ketiga pejabat milenial yang menggunakan strategi exemplification:

a) Akun Instagram @Gibran_Rakabuming - Unggahan 6 Desember 2024



gambar 4. 20 unggahan reels akun Instagram @Gibran_rakabuming
Sumber: Akun Instagram @Gibran_rakabuming

Gambar 4.20 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Gibran yang menggunakan strategi *Exemplification* yang juga menunjukkan posisi citra politik. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya dengan kategori dan kelengkapan indikator yang sama, yaitu sudah dilihat lebih dari 8 juta kali, jumlah likes yang mencapai lebih dari 370 ribu, dan komentar mencapai lebih dari 5 ribu. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *Exemplification*. Pada gambar di atas, Terlihat Gibran sedang melakukan kunjungan langsung ke salah satu daerah terdampak bencana. Sebagai bentuk komunikasi verbal, Melalui *caption* Gibran menjelaskan terkait tujuan kunjungannya tersebut.

Melalui *caption* juga, dapat terindikasi ungkapan dedikasi dan kata – kata bermoral tinggi oleh Gibran. Ungkapan dedikasi terlihat dari kalimat, “Menuju Sukabumi untuk memastikan kondisi warga yang terdampak bencana”. Sementara, kata – kata bermoral tinggi dan keteladanan terlihat dari kalimat, “Duka saudara kita di Sukabumi harus kita pikul bersama. Sukabumi harus segera pulih”. Selain itu, Gibran juga menunjukkan fleksibilitas proksemik, antara jarak sosial hingga personal. Kemudian, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang

terlihat bangga, turut bersimpati dan termotivasi atas tindakan Gibran. Banyak yang berkomentar seperti “*Seneng banget punya wakil presiden yg muda, aktif, gercep, sat set gini. Sehat2 mas wapres*”, “*Semoga tdk ada korban jiwa , dan warga yg terdampak diberi kesabaran dan ketabahan 🙏🙏*” atau “*Semoga sukabumi kembali normal dan warga aman...*”.

Melalui indikator – indikator yang terlihat tersebut, unggahan ini dapat diidentifikasi termasuk ke dalam *Exemplification* karena Gibran cenderung menunjukkan dedikasi dan sikap teladan melalui kepeduliannya pada warga yang terdampak bencana. Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktivitas Gibran pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Gibran membentuk citra politik, yang mengedepankan aspek kompetensi dan niat baik. Dalam unggahan tersebut, Gibran menunjukkan kompetensinya sebagai wakil presiden dengan kesigapannya dalam meninjau langsung kondisi korban bencana dan menunjukkan niat baik dalam membantu dengan memprioritaskan kepentingan korban bencana.

b) Akun Instagram @Gibran_Rakabuming - Unggahan 21 Desember 2024



*gambar 4. 21 unggahan reels akun Instagram @Gibran_rakabuming
Sumber: Akun Instagram @Gibran_rakabuming*

Gambar 4.21 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Gibran yang menggunakan strategi *Exemplification* yang juga menunjukkan posisi citra birokrasi. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya dengan

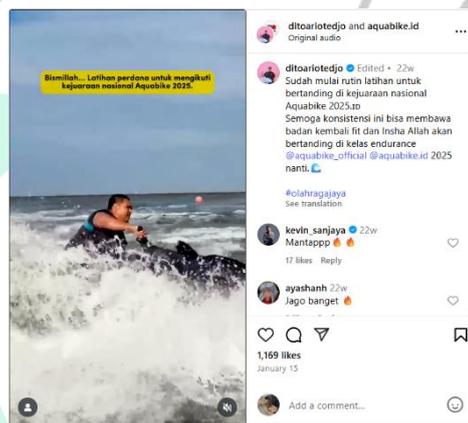
kategori dan kelengkapan indikator yang sama, yaitu sudah dilihat lebih dari 1,6 juta kali, jumlah likes yang mencapai lebih dari 105 ribu, dan komentar mencapai lebih dari 1,5 ribu. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *Exemplification*.

Pada gambar di atas, Terlihat Gibran sedang menghadiri perayaan natal pada salah satu gereja di Jakarta Pusat. Sebagai bentuk komunikasi verbal, melalui caption dapat terindikasi ungkapan dedikasi dan keteladanan, serta kata – kata bermoral tinggi. Ungkapan dedikasi dan keteladanan dapat dilihat dari kalimat, “Selaras dengan pandangan Bapak Presiden @prabowo bahwa keberagaman adalah kekayaan bangsa yang harus kita jaga dan rawat, saya mengundang seluruh masyarakat, bersama dengan pemerintah, untuk berkomitmen saling menghormati, merawat keberagaman, memperkuat nilai - nilai persatuan, serta menjunjung tinggi toleransi beragama”. Sementara, kata – kata bermoral tinggi dapat dilihat dari kalimat, “Perayaan Natal adalah momentum yang baik untuk memperkokoh nilai persaudaraan dan kebersamaan dalam kehidupan bermasyarakat”. Selain itu, terlihat juga bentuk komunikasi non-verbal gerak tubuh, yaitu ekspresi wajah yang serius dan kontak mata berpindah ke banyak arah atau menyapu audiens.

Kemudian, terlihat juga fleksibilitas proksemik, antara jarak sosial hingga personal. Dengan melihat aktivitas Gibran yang menunjukkan partisipasinya dalam aktivitas sosial dan ajakannya untuk melestarikan keberagaman sebagai bentuk nilai persatuan, menunjukkan dedikasinya dalam menjaga nilai – nilai nasionalisme. Selain itu, melalui unggahan ini, Gibran menunjukkan upayanya untuk mejadi teladan bagi publik. Karena itu, unggahan ini termasuk dalam *Exemplification*. Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat mengagumi kinerja Gibran. Banyak yang berkomentar seperti “Bpk ke satu tempat saja kami yang lain merasa sukacita di hari Natal. Rasanya mewakili kami semua umat Kris yang merayakan Natal”, “Moderasi Beragama

pak Wakil Presiden Republik Indonesia 🙌🏻 Hangat, Adem, Penuh Damai dan Sukacita 😊 mulai sukak pak Wapres RI”, atau “Bhinneka tunggal Ika inilah Indonesia, Semangat Mas Wapres 🔥”. Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktivitas Gibran pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Gibran membentuk citra birokrasi, yang mengedepankan aspek moral dan kinerja.

c) Akun Instagram @Ditoariotedjo - Unggahan 15 januari 2025



gambar 4. 22 unggahan reels akun Instagram @Ditoariotedjo
Sumber: Akun Instagram @Ditoariotedjo

Gambar 4.22 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Dito yang menggunakan strategi *Exemplification* yang juga menunjukkan posisi citra politik. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya dengan kategori dan kelengkapan indikator yang sama, yaitu sudah dilihat lebih dari 44 ribu kali, jumlah likes yang mencapai lebih dari seribu, dan komentar mencapai lebih dari 76. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *Exemplification*. Pada gambar di atas, Terlihat Dito memperlihatkan aktifitasnya mempersiapkan diri untuk bertanding di kejuaraan nasional Aquabike 2025. Aktifitas ini menjadi prestasi dan dedikasi Dito pada bidang Olahraga. Sebagai menteri pada sektor pemuda dan olahraga, aktifitas ini menjadi langkah strategis bagi Dito untuk menunjukkan dedikasi dan kredibilitasnya.

Melalui simbol verbal dalam caption, terlihat ungkapan dedikasi oleh Dito, yaitu “Sudah mulai rutin latihan untuk bertanding di kejuaraan nasional Aquabike 2025. Semoga konsistensi ini bisa membawa badan kembali fit dan Insha Allah akan bertanding di kelas endurance @aquabike_official @aquabike.id 2025 nanti”. Sementara, simbol nonverbal terlihat berdasarkan ekspresi wajah serius menunjukkan dedikasi. Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat mengagumi dedikasi Dito. Banyak yang berkomentar seperti “Mas men panutan”, “Mantab... Beda dgn lainnya, enerjik” atau “Kerennnn menporaaa kitaaaaa”. Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktivitas Dito pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Dito membentuk citra politik, yang mengedepankan aspek kompetensi.

d) Akun Instagram @Giring - Unggahan 23 Desember 2024



gambar 4. 23 unggahan reels akun Instagram @Giring
 Sumber: Akun Instagram @Giring

Gambar 4.23 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Giring yang menggunakan strategi *Exemplification* yang juga menunjukkan posisi citra politik. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya dengan kategori dan kelengkapan indikator yang sama, yaitu sudah dilihat lebih dari 74 ribu kali, jumlah likes yang mencapai lebih dari 1.1 ribu, dan komentar mencapai lebih dari 25. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *Exemplification*. Pada gambar di atas, Terlihat Giring membawa

keluarganya untuk mengunjungi salah satu aktivitas sosial dan kebudayaan di salah satu museum.

Melalui unggahannya ini, Giring menunjukkan dedikasinya dalam memberikan edukasi terkait situs edukasi kebudayaan Indonesia, melalui aktivitas keluarganya. Simbol verbal dapat dilihat Melalui caption, Giring juga menjelaskan terkait aktivitas edukasi yang ia kunjungi bersama keluarganya, yaitu kalimat “#weekenddimuseum kali ini saya bertualang edukatif bareng keluarga di @museumnasionalindonesia! Anak-anak antusias sekali lihat fosil Pithecanthropus Erectus, Keris dan beragam warisan budaya yang bikin mereka takjub. Belajar sambil bermain, siapa bilang edukasi nggak bisa fun” dan “Wisata edukasi seperti ini nggak cuma menyenangkan, tapi juga bentuk dukungan kita terhadap pelestarian dan kemajuan budaya Indonesia! Jadi ke museum mana lagi kita selanjutnya?”. Kalimat – kalimat ini juga menjadi bentuk ungkapan dedikasi dan keteladanan yang ingin diperlihatkan oleh Giring pada masyarakat.

Kemudian, simbol non-verbal juga terlihat dari gerak tubuh, suara, dan proksemik. Giring menunjukkan ekspresi wajah serius, antusias, dan kontak mata yang berpindah – pindah ke banyak arah. Giring juga berbicara dengan nada rendah, mantap, dan intonasi yang menekankan pada beberapa kalimat tertentu, seperti saat menjelaskan terkait *Pithecanthropus* pada anaknya. Selain itu, proksemik terlihat fleksibel dari sosial ke personal secara berulang. Melalui ini, Giring menunjukkan upayanya dalam menjadi teladan bagi publik, sebagai salah satu tanggung jawabnya menjadi tokoh publik pada bidang ini, pejabat kementerian kebudayaan. Karena itu, unggahan ini termasuk dalam *Exemplification*. Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat turut antusias dan termotivasi akan dedikasi Giring. Banyak yang berkomentar seperti “Ditunggu kunjungan ya ke @munasprok ya pak. Cocok untuk belajar materi sejarah kemerdekaan RI.” atau “Ayo ke @museumbunghatta Pak Wamen.

Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktifitas Giring pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Giring membentuk citra politik, yang mengedepankan aspek kompetensi dan kepercayaan. Dalam unggahan tersebut, Giring menekankan aktifitas yang dia lakukan di luar aktifitas kementeriannya, yaitu aktifitas keluarga yang dilakukan dengan tetap memberikan edukasi kebudayaan. Dengan ini, Giring ingin menunjukkan dedikasinya pada bidang kebudayaan agar publik percaya terhadap dirinya dan kredibilitasnya pada bidang ini.

e) Akun Instagram @Giring - Unggahan 2 November 2024



gambar 4. 24 unggahan reels akun Instagram @Giring
Sumber: Akun Instagram @Giring

Gambar 4.24 adalah salah satu contoh unggahan reels pada akun Giring yang menggunakan strategi *Exemplification* yang juga menunjukkan posisi citra birokrasi. Unggahan di atas mendapatkan *engagement* yang cukup tinggi, dibandingkan unggahan – unggahan lainnya dengan kategori dan kelengkapan indikator yang sama, yaitu sudah dilihat lebih dari 1,1 juta kali, jumlah likes yang mencapai lebih dari 25 ribu, dan komentar mencapai 244. Unggahan tersebut juga menunjukkan indikator – indikator simbol komunikasi yang menggambarkan strategi *Exemplification*. Pada gambar di atas, Terlihat Giring melakukan kunjungan ke salah satu pameran kesenian. Melalui konten tersebut, Giring menunjukkan antusias dan apresiasi yang tinggi untuk seniman dan pameran tersebut.

Simbol verbal dapat dilihat Melalui caption, Giring menunjukkan antusias dan menjelaskan terkait pameran yang ia kunjungi, yaitu kalimat "Selalu menyenangkan rasanya saat melihat ruang-ruang seni budaya kreatif yang semakin banyak" dan "Art U Fest menjadi wadah bagi para seniman muda untuk saling berbagi karya. Tema "Art U Fest" sendiri adalah Seni Selalu Ada di Dekatmu. Jadi sebetulnya ada banyak karya seni yang ada di sekitar kita lho?". Selain itu, terlihat juga ungkapan keteladanan dan bermoral dalam captionnya, yaitu kalimat "Saya percaya bahwa seni adalah sebuah bahasa keindahan sebagai wujud ekspresi. Saya mengajak teman-teman untuk mampir dan singgah menyaksikan karya-karya yang unik dan menarik di sini. Yuk... ramaikan!". Kalimat – kalimat ini juga menjadi bentuk ungkapan dedikasi dan keteladanan yang ingin diperlihatkan oleh Giring pada masyarakat.

Kemudian, simbol non-verbal juga terlihat dari gerak tubuh dan proksemik. Giring menunjukkan ekspresi wajah serius, antusias, dan kontak mata yang berpindah – pindah ke banyak arah. Kemudian, sentuhan yang ditunjukkan melalui jabatan tangan dan sentuhan ringan di pundak untuk menunjukkan rasa hormat dan apresiasi kepada para seniman yang berkontribusi dalam kegiatan tersebut. Selain itu, proksemik terlihat fleksibel dari sosial ke personal secara berulang. Melalui ini, Giring menunjukkan upayanya dalam menjadi teladan bag publik, sebagai salah satu tanggung jawabnya menjadi tokoh publik pada bidang ini, pejabat kementerian kebudayaan. Karena itu, unggahan ini termasuk dalam *Exemplification*. Melalui *caption*-nya, Giring juga mengajak publik untuk ikut serta mengunjungi dan mengapresiasi karya tersebut. Melalui unggahan ini, Giring menunjukkan upayanya menjadi teladan bagi publik untuk dapat lebih mengapresiasi seni oleh seniman Indonesia. Selain itu, interaksi komunikasi juga dilakukan dalam proksemik jarak pribadi dan terkadang jarak sosial. Karena itu, unggahan ini termasuk *Exemplification*.

Selain itu, terlihat juga reaksi atau respon masyarakat yang terlihat turut antusias, mengapresiasi, dan termotivasi akan dedikasi Giring. Banyak yang berkomentar seperti “*Paling suka aku mengunjungi tempat2 art kayak gini. Diperbanyak lagi, ruang kreatif masyarakat dan anak2 muda krn hasil nya tuh bener2 bagus dan keren2 semua*” atau “*Sebenarnya awalnya saya cukup skeptis dengan penunjukan mas wamen. Tapi apapun itu di postingan ini melihat adab mas wamen terhadap orang tua saya salut. Semoga amanah dan membawa kebaikan atas jabatan yg diemban mas wamen.*” Berdasarkan perspektif citra pemerintah, aktifitas Giring pada unggahan tersebut menunjukkan upaya Giring membentuk citra birokrasi, yang mengedepankan aspek moral dan legal-prosedural. Dalam unggahan tersebut, Giring menunjukkan aktifitasnya menjalankan tugas sebagai waki menteri sembari menekankan nilai – nilai kebudayaan yang perlu diapresiasi.

4. Temuan penelitian:

a. Akun @Gibran_rakabuming

Tabel 4. 5 Temuan Akun Gibran

Kategori	Hasil	Dampak
Strategi dominan	<i>Self-promotion</i> (53%)	Menunjukkan kompetensi dan prestasi.
	<i>Ingratiation</i> (34%)	menampilkan kesan ramah dan merakyat.
	<i>Exemplification</i> (13%)	menunjukkan dedikasi dan moralitas.
Strategi yang tidak ditemukan	<i>Intimidation</i>	Menunjukkan kesan ditakuti
	<i>Supplication.</i>	Menunjukkan kesan iba

Sumber: olahan peneliti

1. Gibran menggunakan strategi *Self-promotion* (53%), *Ingratiation* (34%), dan *Exemplification* (13%), serta menghindari strategi *Intimidation* dan *supplication*.
2. Tujuan dari penggunaan strategi *Self-promotion*, yakni menunjukkan sosok pemimpin muda kompeten. Gibran menghadapi berbagai keraguan publik terkait usia, pengalaman, nepotisme, dan jejak digital negatif.

Karena itu, ia membangun narasi sebagai pemimpin yang bisa diandalkan.

3. Strategi *Ingratiation* dan *Exemplification* menjadi penunjang pengembangan citra Gibran dalam hal kepercayaan dan kedekatan dengan masyarakat. Ia membangun narasi sebagai pemimpin yang dekat dengan masyarakat.
4. Dalam strateginya, Gibran juga menekankan citra birokrasi (melalui performa kerja, moral, dan legal-prosedural) dan politik (melalui kompetensi, kepercayaan, dan niat baik).

b. Akun @Ditoariotedjo

Tabel 4. 6 Temuan Akun Dito

Kategori	Hasil	Dampak
Strategi dominan	<i>Self-promotion</i> (50%)	menunjukkan kompetensi dan prestasi.
	<i>Ingratiation</i> (40%)	menampilkan kesan ramah dan merakyat.
	<i>Exemplification</i> (10%)	menunjukkan dedikasi dan moralitas.
Strategi yang tidak ditemukan	<i>Intimidation</i>	Menunjukkan kesan ditakuti
	<i>Supplication</i>	Menunjukkan kesan iba

Sumber: olahan peneliti

1. Dito menggunakan strategi *Self-promotion* (50%), *Ingratiation* (40%), dan *Exemplification* (10%), serta menghindari strategi *Intimidation* dan *supplication*.
2. Tujuan dari penggunaan strategi *Self-promotion*, yakni menunjukkan sosok pemimpin muda kompeten. Dito menghadapi berbagai keraguan publik terkait usia, pengalaman, dan jejak karir negatif. Karena itu, ia membangun narasi sebagai pemimpin yang bisa kompeten dan bisa diandalkan publik.
3. Strategi *Ingratiation* dan *Exemplification* menjadi penunjang pengembangan citra Dito dalam hal kepercayaan dan kedekatan dengan masyarakat. Ia membangun narasi sebagai pemimpin yang dekat dengan publiknya.

4. Dalam strateginya, Dito juga menekankan citra birokrasi, melalui performa kerja dan legal-prosedural. Kemudian, citra politik, melalui aspek kompetensi.

c. Akun @Giring

Tabel 4. 7 Tabel Temuan Akun Giring

Kategori	Hasil	Dampak
Strategi dominan	<i>Self-promotion</i> (59%)	menunjukkan kompetensi dan prestasi.
	<i>Exemplification</i> (23%)	menunjukkan dedikasi dan moralitas
	<i>Ingratiation</i> (18%)	menampilkan kesan ramah dan merakyat..
Strategi yang tidak ditemukan	<i>Intimidation</i>	Menunjukkan kesan ditakuti
	<i>Supplication</i>	Menunjukkan kesan iba

Sumber: olahan peneliti

1. Giring menggunakan strategi *Self-promotion* (59%), *Exemplification* (23%), dan *Ingratiation* (18%), serta menghindari strategi *Intimidation* dan *supplication*.
2. Tujuan dari penggunaan strategi *Self-promotion*, yakni menunjukkan sosok pemimpin muda kompeten. Giring menghadapi berbagai keraguan publik terkait kredibilitas, pengalaman, dan jejak digital negatif. Karena itu, ia cenderung membangun narasi sebagai pemimpin yang kompeten dan bisa diandalkan.
3. Strategi *Exemplification* dan *Ingratiation* menjadi penunjang pengembangan citra Gibran dalam hal moralitas, kepercayaan dan kedekatan dengan masyarakat. Ia membangun narasi sebagai pemimpin yang bermoral dan dekat dengan masyarakat.
4. Berdasarkan perspektif citra pemerintah, Gibran juga menekankan citra birokrasi (melalui performa kerja, moral, dan legal-prosedural) dan politik (melalui kompetensi, kepercayaan, dan niat baik).

4.3. Hasil Perbandingan Manajemen Kesan

Setelah dilakukan analisis terhadap ketiga akun media sosial Instagram pejabat milenial, yaitu @Gibran_rakabuming, @Ditoariotedjo, dan @Giring, dapat

dilihat perbedaan manajemen kesan oleh masing – masing pejabat. Untuk menjelaskan lebih mendalam, peneliti membuat tabel hasil perbandingan manajemen kesan sebagai berikut.

Tabel 4. 8 Tabel Hasil Perbandingan Manajemen Kesan

Nama Pejabat	Temuan Penelitian		
	Strategi Dominan	Strategi Lainnya	Strategi yang Tidak ditemukan
Gibran Rakabuming	<i>Self-promotion</i>	<i>Ingratiation</i>	<i>Intimidation</i>
Dito Ariotedjo	<i>Self-promotion</i>	<i>Exemplification</i> <i>Ingratiation</i>	<i>Supplication</i> <i>Intimidation</i>
Giring Ganesha	<i>Self-promotion</i>	<i>Exemplification</i> <i>Exemplification</i> <i>Ingratiation</i>	<i>Supplication</i> <i>Intimidation</i> <i>Supplication</i>

Sumber: olahan peneliti

Tabel di atas menunjukkan perbandingan strategi manajemen kesan masing – masing pejabat milenial yang terlihat berbeda – beda. Setiap strategi manajemen kesan merepresentasikan tujuan atau citra tertentu yang ingin dibentuk. Strategi *Ingratiation* sebagai Tindakan yang dilakukan untuk menimbulkan kesan disukai publik, *Intimidation* sebagai Tindakan yang dilakukan untuk menciptakan rasa takut dan dianggap kuat, tegas, berani, dan tak boleh diremehkan, *supplication* sebagai Tindakan yang dilakukan untuk menciptakan rasa iba dari publik, *self-promotion* sebagai Tindakan yang dilakukan untuk menciptakan kesan kagum dan dianggap kompeten, cerdas, dan berprestasi dengan aksi yang dilakukan agar orang lain tertarik, dan *Exemplification* sebagai Tindakan yang dilakukan untuk menciptakan kesan berdedikasi, bermoral tinggi, dan patut diteladani (Krisyantono, 2017).

Untuk mengidentifikasi strategi yang digunakan dalam setiap unggahan, peneliti melakukan pengamatan melalui simbol-simbol komunikasi, baik verbal maupun nonverbal. Simbol-simbol ini mencerminkan pesan yang disampaikan secara sengaja maupun tidak disengaja. Melalui analisis terhadap simbol komunikasi yang mengindikasikan masing-masing jenis kesan, peneliti dapat menentukan strategi manajemen kesan yang digunakan dalam unggahan tersebut.

Simbol verbal mencakup pesan yang disampaikan melalui kata – kata, baik secara lisan maupun tulisan. Simbol non-verbal meliputi segala bentuk pesan yang tidak menggunakan kata – kata, meliputi gerak tubuh, suara, sentuhan, penampilan, proksemik, lingkungan fisik, dan waktu (Adler et al, 2023). Peneliti telah mempersempit cakupan pengamatan untuk simbol verbal dan non-verbal berdasarkan simbol – simbol yang dapat diperhatikan melalui unggahan reels. Untuk simbol verbal, pesan dapat dilihat dari pernyataan yang diucapkan atau dituliskan dalam video dan caption. Sementara, untuk simbol non-verbal, pesan dapat dilihat dari gerak tubuh, suara yang mencakup nada suara dan intonasi, sentuhan untuk beberapa strategi, dan proksemik.

Sehingga, setelah melalui pengamatan, dapat diketahui frekuensi penggunaan strategi manajemen kesan oleh masing – masing pejabat milenial, yang hasilnya tersaji pada tabel 4.8 di atas. Terlihat, Ketiga pejabat milenial, Gibran Rakabuming, Dito Ariotedjo, dan Giring Ganesha, memiliki kesamaan dalam memilih strategi manajemen kesan yang positif dalam membangun citra publik. Semua tokoh menggunakan strategi *Ingratiation*, *Self-promotion*, dan *Exemplification* meskipun dengan proporsi yang berbeda-beda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi self-promotion merupakan strategi manajemen kesan yang paling dominan digunakan oleh ketiga pejabat milenial, yakni Gibran, Giring, dan Dito. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Ansori & Aisyah (2023) dalam penelitian terhadap Bobby Nasution. Dalam kedua penelitian, tokoh publik menggunakan strategi ini untuk menampilkan kompetensi, prestasi, dan kapabilitas profesional secara terbuka di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa strategi self-promotion menjadi preferensi utama bagi pejabat publik di era digital dalam membangun legitimasi dan citra profesional.

Namun, penelitian ini menunjukkan perbedaan signifikan dengan temuan Utomo (2020), yakni strategi *ingratiation* yang menciptakan kesan ramah dan disukai menjadi strategi dominan yang digunakan oleh Presiden Jokowi dalam menghadapi isu hoaks menjelang Pilpres 2019. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh konteks peristiwa, yakni Jokowi merespons krisis reputasi, sehingga pendekatan yang lebih empatik dan merangkul publik menjadi lebih relevan. Sementara itu,

pejabat milenial dalam penelitian ini lebih banyak berfokus pada pencitraan positif jangka panjang dalam kapasitas formal mereka sebagai pejabat negara.

Sementara itu, penelitian Prayuda & Utami (2024) yang mengkaji strategi manajemen kesan tokoh-tokoh calon presiden, yakni Anies, Prabowo, dan Ganjar, juga menemukan variasi strategi berdasarkan konteks politik dan personalisasi tokoh. Hal ini serupa dengan hasil penelitian ini, yang menunjukkan bahwa perbedaan latar belakang individu, seperti karier sebelumnya, yakni Giring di dunia hiburan, dan Gibran dan Dito di dunia politik-birokrasi, memengaruhi kecenderungan strategi yang digunakan. Temuan ini memperkuat argumen bahwa manajemen kesan bukan hanya dipengaruhi oleh posisi publik, tetapi juga oleh identitas sosial dan riwayat karier individu.

Gibran menggunakan strategi *Self-promotion* sebanyak 53% dari total unggahan reels. Dalam unggahannya, simbol komunikasi verbal yang dominan ditemukan berupa pernyataan terkait kinerja. Sementara, simbol komunikasi non-verbal yang terlihat berupa gerak tubuh, seperti ekspresi wajah yang serius dan gestur tangan mengarah pada suatu objek saat menjelaskan sesuatu, serta proksemik pada jarak sosial. Dito menggunakan strategi *Self-promotion* sebanyak 50% dari total unggahan reels. Dalam unggahannya, simbol komunikasi verbal yang dominan ditemukan juga berupa pernyataan terkait kinerja. Sementara, simbol non-verbal yang ditemukan berupa gerak tubuh, suara, dan proksemik. Gerak tubuh yang terlihat diantaranya, ekspresi wajah serius, kepala tegak, dan kontak mata dengan audiens. Kemudian, suara Dito menunjukkan nada tegas dan stabil, serta proksemik pada jarak sosial.

Sementara, Giring menggunakan strategi *Self-promotion* sebanyak 59% dari total unggahan reels. Sama dengan kedua pejabat lainnya, dalam unggahannya simbol komunikasi verbal yang dominan ditemukan berupa pernyataan terkait kinerja. Sementara, simbol non-verbal yang terlihat berupa gerak tubuh, suara, dan proksemik. Giring menunjukkan gestur tangan terbuka saat menyampaikan pidatonya, menunjukkan wajah serius dan kepala tegak, menatap langsung ke arah audiens, nada suara tegas dan stabil, serta proksemik pada jarak sosial. Untuk strategi *Self-promotion*, ketiga pejabat milenial terlihat menggunakannya sebagai strategi yang paling dominan. Sehingga dapat diketahui bahwa kebutuhan

ketiganya akan kesan berkompeten sangat tinggi. Sehingga, mereka secara aktif menggunakan pendekatan rasional untuk membangun citra sebagai tokoh publik yang kompeten dan dapat diandalkan.

Kemudian, Gibran menggunakan strategi *Ingratiation* sebanyak 34% dari total unggahan reels. Dalam unggahannya, simbol komunikasi verbal yang ditemukan berupa sapaan dan pujian pada masyarakat. Sementara, simbol komunikasi non-verbal yang terlihat berupa gerak tubuh dan sentuhan, seperti ekspresi tersenyum sembari membagikan hadiah, serta berjabat tangan sembari sedikit membungkuk untuk menunjukkan kesan rendah hati dan menghargai. Dito menggunakan strategi *Ingratiation* sebanyak 40% dari total unggahan reels. Dalam unggahannya, simbol komunikasi verbal yang ditemukan berupa apresiasi pada masyarakat, terutama pada atlet – atlet yang sudah berkontribusi dalam berbagai acara dan pertandingan. Sementara, simbol non-verbal yang ditemukan berupa gerak tubuh, seperti ekspresi tersenyum dan tertawa, serta proksemik yang cenderung berada pada jarak personal. Giring menggunakan strategi *Ingratiation* sebanyak 18% dari total unggahan reels. Dalam unggahannya, simbol komunikasi verbal yang ditemukan berupa sapaan dan apresiasi pada masyarakat, terutama pada masyarakat di sekitar situs kebudayaan, pelaku seni, dan aktivis kebudayaan. Sementara, simbol non-verbal yang terlihat berupa ekspresi tersenyum ramah, jabatan tangan yang lembut disertai badan sedikit condong ke depan, dan nada atau intonasi suara yang rendah atau ramah selama berbicara.

Untuk strategi *Ingratiation*, ketiga pejabat milenial tidak terlihat menggunakannya sebagai strategi yang paling dominan. Namun, Gibran dan Dito masih menunjukkan frekuensi penggunaan yang cukup besar, sehingga dapat diketahui bahwa kebutuhan keduanya akan kesan disukai masih cukup tinggi. Sehingga, mereka secara aktif menggunakan pendekatan emosional untuk membangun citra sebagai tokoh publik yang disukai dan dekat dengan publik. Sementara, Giring tidak banyak menggunakan strategi ini. Sehingga, dapat diketahui bahwa Giring tidak secara aktif menggunakan pendekatan emosional untuk membangun citra sebagai tokoh yang disukai publik. Ini bisa jadi strategi yang disengaja untuk lebih menonjolkan kesan yang lain.

Terakhir adalah strategi *Exemplification*. Gibran menggunakan strategi *Exemplification* sebanyak 13% dari total unggahan reels. Dalam unggahannya, simbol komunikasi verbal yang ditemukan berupa ungkapan dedikasi dan kata – kata bermoral tinggi. Sementara, simbol komunikasi non-verbal yang terlihat berupa gerak tubuh, sentuhan, dan proksemik. Gerak tubuh seperti ekspresi wajah serius dan kepala tegak, kontak mata langsung dengan audiens, Sentuhan berupa jabatan tangan yang tegas, kuat, dan penuh kontrol, disertai postur tubuh tegap, kontak mata cukup tajam, dan ekspresi percaya diri menunjukkan kesetaraan dan profesionalisme, serta proksemik pada jarak sosial. Dito menggunakan strategi *Exemplification* sebanyak 10% dari total unggahan reels. Dalam unggahannya, simbol komunikasi verbal yang ditemukan berupa ungkapan dedikasi. Sementara, simbol non-verbal yang ditemukan berupa ekspresi wajah serius dan fokus.

Giring menggunakan strategi *Exemplification* sebanyak 23% dari total unggahan reels. Dalam unggahannya, simbol komunikasi verbal yang dominan ditemukan berupa ungkapan dedikasi dan keteladanan. Sementara, simbol non-verbal yang terlihat berupa gerak tubuh, suara, dan proksemik. Giring menunjukkan ekspresi wajah serius, antusias, kontak mata yang berpindah – pindah ke banyak arah, nada suara rendah dan intonasi yang menekankan pada beberapa kalimat tertentu, serta proksemik terlihat fleksibel dari sosial ke personal secara berulang. Untuk strategi *Exemplification*, Giring tidak terlihat menggunakannya sebagai strategi yang paling dominan. Namun, ia masih menunjukkan frekuensi penggunaan yang cukup besar, sehingga dapat diketahui bahwa kebutuhannya akan kesan berdedikasi masih cukup tinggi. Sehingga, ia secara aktif menggunakan pendekatan ini untuk membangun citra sebagai tokoh publik yang berdedikasi dan dapat diteladani. Sementara, Gibran dan Dito tidak banyak menggunakan strategi ini. Sehingga, dapat diketahui bahwa mereka tidak secara aktif menggunakan pendekatan ini untuk membangun citra sebagai tokoh yang berdedikasi. Ini bisa jadi strategi yang disengaja untuk lebih menonjolkan kesan sebagai pejabat muda yang disukai atau dapat diterima.

Melalui prinsip Dramaturgi yang juga berfokus pada bagaimana penonton memaknai kesan yang diterima aktor – *dalam hal ini adalah pejabat milenial*, dapat dipahami bahwa setiap pejabat milenial menentukan citra mereka, sesuai dengan

kebutuhan komunikasi dan dengan mempertimbangkan sudut pandang masyarakat atau publik mereka sendiri. Hal ini juga lah yang menyebabkan proporsi strategi manajemen kesan mereka dapat berbeda – beda dan bervariasi. Melalui pengamatan mendalam, proporsi manajemen kesan ketiga pejabat milenial ini disesuaikan dengan kebutuhan citra pejabat sebagai respons strategis terhadap isu atau tantangan negatif yang mereka hadapi di ruang publik.

Gibran mengombinasikan strategi *Ingratiation*, *Self-promotion*, dan *Exemplification* untuk meredam stigma yang melekat padanya, seperti tuduhan nepotisme, usia muda, serta minimnya pengalaman politik. Dengan memperlihatkan keramahan, kedekatan dengan masyarakat, profesionalitas kerja, dan sikap peduli pada isu sosial, Gibran membentuk citra sebagai pemimpin muda yang kompeten dan merakyat. Dito lebih menekankan strategi *Self-promotion* untuk membangun kembali kepercayaan publik setelah dihadapkan pada berbagai skandal, mulai dari dugaan korupsi hingga sorotan terhadap etika dalam forum publik. Ia berupaya menampilkan diri sebagai sosok yang kompeten dan peduli, sekaligus memperkuat kredibilitasnya melalui strategi *Ingratiation* dan *Exemplification* untuk mendapatkan kembali penerimaan. Sementara itu, Giring menggunakan strategi *Self-promotion* dan *Exemplification* untuk membangun kredibilitas profesionalnya, merespons keraguan publik terhadap latar belakangnya sebagai musisi. Ia menampilkan kesan pemimpin yang berpengalaman, berdedikasi, dan berwibawa di bidang kebudayaan, serta tetap menjaga pendekatan emosional melalui strategi *Ingratiation* meskipun tidak terlalu dominan.

Melalui analisis ini, ditemukan temuan menarik, yaitu berdasarkan proporsi penggunaan manajemen kesan, giring menunjukkan hasil yang berbeda dari kedua pejabat lainnya. Ketika Gibran dan Dito cenderung mengedepankan strategi *ingratiation* daripada *exemplification*, Giring justru sebaliknya. Hal ini dapat terjadi karena faktor kebutuhan dalam interaksi sosial dan latar belakang atau jejak karir Giring yang sedikit berbeda dengan Gibran dan Dito. Pertama, selain kontroversi Giring terkait posisi karirnya yang secara tiba – tiba beralih profesi dari seniman/musisi menjadi politisi, salah satu yang paling tersorot adalah situasi ketika Giring banyak melakukan kesalahan bersikap atau dianggap kurang bermoral. Contohnya, sebut tokoh politik Anies Baswedan “pembongkar” dan

“Firaun”, mencalonkan diri sebagai presiden setelah gagal menjadi legislatif, hingga menjadi ketua umum partai dalam waktu yang singkat (Nabilla, 2021).

Kedua, *exemplification* adalah strategi untuk membangun kesan dihormati melalui dedikasi dan kepedulian pada nilai – nilai sosial atau moral, salah satunya adalah nilai – nilai kebudayaan. Ruang lingkup kerja Giring berada pada sektor kebudayaan ini. Sehingga, akan menjadi lebih menguntungkan bagi Giring jika ia menunjukkan dedikasinya secara personal pada bidang ini dengan menunjukkan kepeduliannya terhadap nilai – nilai kebudayaan. Dengan tujuan, dapat membangun kesan bermoral, kompeten, berdedikasi, dan dapat diandalkan secara bersamaan.

Sedangkan, tantangan sosial Gibran dan Dito hampir serupa, yaitu terkait hilangnya dukungan dan kepercayaan publik, karena kemunduran kinerja dan munculnya kontroversi yang merugikan Masyarakat. Karena itu, alih – alih mengedepankan nilai – nilai atau moral agar dihormati, mereka lebih mengutamakan upaya membangun kesan sebagai pejabat yang kompeten dan dekat dengan Masyarakat, agar disukai. Hal ini bertujuan untuk dapat mengembalikan kepercayaan dan dukungan dari Masyarakat.

Ketiganya sama-sama menghindari strategi *Intimidation* dan *Supplication*. Strategi *Intimidation* menimbulkan kesan otoriter dan berjarak dari publik, sedangkan *Supplication* menciptakan citra lemah dan tidak kompeten. Keduanya merupakan strategi yang tidak diinginkan oleh pejabat publik, terlebih generasi milenial yang sedang membangun kepercayaan melalui keterbukaan, pendekatan partisipatif, dan profesionalisme.