

Strategi Presentasi Diri Ganjar Pranowo melalui Media Sosial Instagram @ganjar_pranowo

Maygi Angga Kuswantoro

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas strategi presentasi diri ganjar pranowo melalui media sosial instagram @ganjar_pranowo. Subjek penelitian adalah akun instagram Ganjar Pranowo yaitu @ganjar_pranowo. Objek penelitian berfokus kepada postingan Ganjar Pranowo. Alat analisis yang digunakan adalah teknik validitas data berupa triangulasi teori. Hasil penelitian bahwa melalui akun intagram Ganjar Pranowo (@ganjar_pranowo) menggunakan strategi impression management yaitu ingratiation (supaya disenangi), intimidation (strategi intimidasi agar disegani), self-promotion (strategi promosi diri agar dipercaya atas kemampuannya), exemplification (strategi mencontohkan diri agar terlihat mulia). Ganjar Pranowo tidak menggunakan strategi supplication. Alasan tersebut digunakan karena jika menggunakannya strategi supplication Ganjar Pranowo akan nampak seperti gubernur yang tidak mampu mengemban tugasnya dan berdampak negatif terhadap performanya dibenak masyarakat, maka tentunya strategi tersebut dihindari untuk memberikan kesan baik di benak publik.

Kata Kunci: strategi presentasi diri, impression management, media sosial, instagram

DOI:

<https://doi.org/10.47134/webofscientist.v1i4.33>

*Correspondence: Maygi Angga Kuswantoro

Email: 182022000095@umsida.ac.id

Received: 14-10-2022

Accepted: 18-11-2022

Published: 28-12-2022



Copyright: © 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: *This research aims to find out the activities of Self Presentation Strategy Ganjar Pranowo through social media instagram wo. the research object focuses on ganjar pranowo's post. the analytical tool used is a data validity technique in the form triangulation of theory. the results of the study that through the ganjar pranowo intagram account (@ganjar_pranowo) used the impression management strategy namely ingratiation (to be remembered), intimidation (intimidation strategy to be respected), self-promotion (self-promotion strategy to be trusted for its ability), exemplification (strategy exemplifies itself to look noble). ganjar pranowo does not use a supplement strategy. this reason is used because if you use the ganjar pranowo supplication strategy it will look like a governor who is unable to carry out his duties and negatively impacts his performance in a community, then surely the strategy is avoided to give a good impression on the public mind.*

Keywords: *self presentation strategy, impression management, social media instagram*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini mempermudah manusia dalam berinteraksi. Pengiriman maupun penerimaan pesan dan informasi, kini bisa dilakukan dengan menggunakan beragam media yakni audio, visual, audio visual, serta digital. Koran, radio, televisi bahkan komputer dan telepon genggam dalam media jaringan internet kini telah dengan mudah didapatkan. Salah satu layanan internet yang paling populer di kalangan masyarakat saat ini yaitu media sosial (Yunita, 2018a).

Pencitraan suatu organisasi biasanya melekat dengan *public relations*. Pencitraan dapat terbangun bila ada komunikasi yang harmonis dan menyenangkan antara organisasi dengan publiknya. Definisi *political Public Relations* menurut (Strömbäck & Kioussis, 2013) adalah proses manajemen yang dilakukan baik oleh organisasi ataupun aktor individual untuk tujuan politik, melalui komunikasi dan tindakan yang bertujuan, berupaya untuk mempengaruhi dan menciptakan, membangun, dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan, meliputi reputasi yang dibangun dengan publik utama untuk mendapatkan dukungan dalam membantu tercapainya misi dan tujuan yang telah ditetapkan (Strömbäck & Kioussis, 2013).

Dalam praktiknya, seorang *public relations* perlu untuk melakukan manajemen reputasi. Terkait dengan manajemen reputasi, maka *impression management* menjadi salah satu elemen yang penting (Cole, 2019; Kanbaty, 2020; Kibler, 2021; Tung, 2021; Usmani, 2020; Wu, 2022). Seperti yang diutarakan oleh L'Etang *impression management* menjadi dasar yang penting bagi *public relations* dalam manajemen reputasi. Pada dasarnya, *impression management* berbicara mengenai perangkat yang digunakan dan simbol yang dipilih untuk menciptakan karakter tertentu dengan tujuan untuk mempengaruhi persepsi atau gambaran dari diri kita dan perilaku terhadap kita (Ai, 2022; García-Sánchez, 2019; Leary, 2019; Lee, 2020; Molecke, 2020). Dengan demikian, *impression management* yang dibentuk oleh organisasi pada awal mulanya akan menentukan reputasi yang terbentuk (Goldwin et al., 2019). Menurut Jones dan Pittman mengembangkan teori ini dan membuat sistem lima kelas strategi presentasi diri yang paling sering digunakan oleh individu dalam melakukan manajemen kesan. Sistem tersebut meliputi *ingratiation*, *self promotion*, *exemplification*, *intimidation* dan *supplication* (Harris et al., 2007).

Menurut Jones & Pittman presentasi diri adalah usaha yang dilakukan untuk pembentukan kesan secara selektif untuk menampilkan citra diri agar sesuai dengan harapan orang lain (Umeda, 2019). Menurut Permata (2017) mengatakan bahwa suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada (Permata, 2017). Sejalan dengan pendapat tersebut, presentasi diri menurut Yunita (2018) menyebutkan bahwa upaya individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara

menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang diinginkan(Yunita, 2018b).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi presentasi diri menurut (Umeda, 2019), diantaranya adalah 1) *Social Anxiet*. Perilaku menampilkan diri yang dilakukan individu terkadang menghasilkan kesan yang diinginkan atau kesan yang tidak diinginkan. 2) *Self-Esteem*. Perilaku presentasi diri yang dilakukan oleh individu terutama remaja pada Instagram ditunjukkan untuk membentuk harga dirinya menjadi lebih tinggi. 3) Jenis Kelamin. Perilaku presentasi diri di media sosial merupakan mekanisme baru dalam pembentukan identitas remaja.

Pada jurnal Islam (2018) menyebutkan bahwa salah satu media yang tepat untuk digunakan dalam mempresentasikan diri adalah *Instagram* karena melalui satu akun *Instagram* seseorang dapat membagikan foto dan video yang sekaligus disertai keterangan gambar. *Instagram* memberikan pilihan yang beragam untuk penggunanya. Seseorang dapat meninggalkan komentar dan *like* pada unggahan orang lain serta memiliki fitur *#hashtags*(Islam, 2018). Menurut Krämer & Winter platform media sosial memudahkan seseorang untuk mengatur sedemikian rupa bagaimana ia tampil di depan umum, bahkan lebih mudah daripada bertatap muka(Adriana & Bahri, 2021).

Instagram pertama kali diluncurkan pada Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger sebagai penciptanya. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto berbasis *handphone smartphone* seperti di *Android* dan *Apple*. Instagram bersaing dengan beberapa aplikasi sejenis seperti *Pinterest*, *Flickr*, dan juga *Tumblr*(Satrio, 2017). Menurut Atmoko ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram, yaitu 1) *Follow*, adanya follow memungkinkan kita untuk mengikuti atau berteman dengan pengguna lain. 2) *Like*, jika menyukai foto yang ada di *linimasa*, jangan segan-segan untuk memberi like. 3) *Comment*, komentar adalah bagian dari interaksi namun lebih hidup dan personal. 4) *Mentions*, Fitur ini memungkinkan kita untuk memanggil pengguna lain. 5) *Message*, Fitur yang membantu mengirim pesan secara pribadi yang berupa foto, video maupun tulisan yang dikirim oleh sesama pengguna Instagram(Permata, 2017).

Salah satu hal dalam analisa dramaturgi Goffman yang menarik perhatian adalah pengakuannya akan banyak cara dimana orang bekerja sama dalam melindungi berbagai tuntutan satu sama lain berhubungan dengan kenyataan sosial. Pendekatan dramaturgis Goffman berintikan pandangan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, ia ingin mengolah pesan yang ia harapkan tumbuh pada orang lain terhadapnya(Rahayu, 2018). Menurut Kriyantoro (dalam (Juniarti, 2018) menyatakan bahwa teori ini menyebutkan bahwa dalam interaksi sosial, setiap individu berupaya menampilkan gambaran dirinya di depan orang lain(Juniarti, 2018b). Hal tersebut didukung pernyataan menurut Rahayu (2018) fokus pendekatan dramaturgis adalah bukan apa yang orang lakukan, bukan apa yang ingin mereka lakukan, atau mengapa mereka melakukan,

melainkan bagaimana mereka melakukannya. Ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain (Rahayu, 2018).

Pejabat publik di Indonesia yang dikenal aktif dalam media sosial seperti youtube, twitter, dan instagram adalah Ganjar Pranowo. Ia adalah Gubernur Jawa Tengah dua periode dengan masa jabatan pertama yaitu 2013-2018 dan masa jabatan kedua 2018- 2023. Ganjar Pranowo menampilkan identitas yang berbeda pada setiap situasi selama beliau menjabat sebagai politisi penting bagi negara. Maka dari itu, dalam mengkomunikasikan kebijakan selama pandemi untuk memperoleh pengertian dari masyarakat khususnya yang berada di wilayah kepemimpinannya, Ganjar Pranowo tentu mempresentasikan dirinya dengan strategi yang berbeda. Dari berbagai unggahan di Twitter maupun Instagramnya dengan akun @ganjar_pranowo, peneliti akan berfokus untuk meneliti tentang strategi *impression management* Gubernur Jawa Tengah melalui komunikasi di media sosial tersebut. Tujuan dari penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui strategi presentasi diri Ganjar Pranowo melalui media sosial instagram @ganjar_pranowo.

Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif karena bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian ini juga bersifat deskriptif, yakni data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Astiani, 2017). Penelitian ini melakukan pengumpulan data menggunakan metode visual analisis yang bertujuan untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan penelitian maka perlu menggunakan metode penelitian yang tepat, sesuai dan efektif. Oleh karena itu pemilihan menggunakan metode visual analisis dinilai tepat karena dapat mendeskripsikan melalui gambar atau grafik sehingga mendapatkan kesimpulan berkenaan dengan tujuan penelitian (Astiani, 2017).

Subjek penelitian merupakan narasumber orang yang mengetahui secara jelas dan memberikan informasi mengenai suatu kejadian, peristiwa, atau fenomena (Pradana, 2018). Subjek penelitian analisis ini berfokus pada akun instagram Ganjar Pranowo yaitu @ganjar_pranowo yang menggunakan filter instagram untuk mengunggah atau memposting kampanyenya berupa foto atau gambar yang berisikan ajakan di media sosial instagramnya.

Objek dari penelitian berfokus kepada postingan Ganjar Pranowo dalam memanfaatkan media sosial Instagram tentang strategi presentasi diri yang digunakan oleh Ganjar Pranowo. Strategi tersebut sesuai dengan tipologi yang dijabarkan oleh Metts yakni

strategi ingratiation, strategi self -promotion, strategi exemplification, strategi supplication, dan strategi intimidation (Juniarti, 2018a).

Teknik penentuan informan menggunakan purposive sampling. Adapun yang dimaksud dengan purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Khosiah, 2017). Dalam pertimbangan tersebut terdapat dua syarat yang harus dipenuhi sebagai informan yaitu :

1. Informan kunci adalah mereka yang memberikan informasi secara jelas dan terpercaya terkait dengan informasi yang ingin didapat. Informan kunci dalam penelitian ini, yakni akun Instagram Ganjar Pranowo yaitu @ganjar_pranowo.
2. Informan biasa merupakan orang yang dapat memberikan informasi secara mendalam mengenai permasalahan-permasalahan yang akan diteliti namun sebatas hal-hal tertentu. Jadi yang menjadi informan adalah media sosial instagram Ganjar Pranowo.

Menurut (Rizki, 2020) metode yang digunakan adalah analisis visual yaitu merupakan proses penyajian data dalam bentuk gambar atau grafik yang membuat informasi mudah dimengerti, hal ini membantu menjelaskan tentang fakta dan menentukan arah tindakan (Rizki, 2020). Teknik analisis data menggunakan teori warna dan angle shooting. Alasan peneliti menggunakan teknik warna dan angle shooting karena penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan presentasi diri Ganjar Pranowo yang dibedakan dari segi warna dan angle shooting. Menurut Fachrudin (2012) angle shot merupakan sudut pengambilan gambar oleh kamera pada suatu objek (Fachruddin, 2012).

Hasil dan Pembahasan

A. Strategi Presentasi Diri Ganjar Pranowo

Presentasi diri yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo di instagramnya tidak terlepas dari strategi yang telah dirancang. Strategi tersebut dasarnya untuk meningkatkan citra politiknya khususnya dalam kurun waktu penelitian ini berlangsung yaitu pada periode 22 Oktober 2021 hingga 22 Januari 2022 berfokus pada manajemen kesan berdasarkan kepedulian Ganjar Pranowo terhadap publiknya. Ganjar Pranowo dalam mempraktikkan strategi presentasi diri juga berdasarkan teori manajemen kesan terdapat berbagai strategi yang dapat dilakukan, yaitu ada 5 teori klasifikasi presentasi diri, diantaranya adalah *ingratiation* (strategi untuk mengambil hati orang lain); *self promotion* (strategi mempromosikan diri); *exemplification* (strategi menjadikan diri sebagai suatu panutan); *intimidation* (strategi yang menunjukkan sebagai orang yang berbahaya); *supplication* (strategi yang menunjukkan sebagai orang yang lemah)(Permata, 2017).

1. *Ingratiation*

Strategi manajemen kesan yang pertama adalah *ingratiation*. Dalam strategi tersebut, Ganjar berusaha untuk mendapatkan kesan agar disukai dan mendapatkan perhatian dari

publik. Pada akun Instagram Ganjar terdapat presentasi diri *ingratiation* yang dapat dilihat pada postingan berikut :



Gambar 1. Kunjungan Ganjar Pranowo di Pasar Johar Semarang

Pada postingan Instagram di atas menunjukkan manajemen kesan yang bersifat *ingratiation* yaitu Ganjar melakukan perhatian publik berupa kunjungan ke pasar Johar Semarang untuk memberikan informasi mengenai vaksin Covid-19. Di momen itu tidak hanya Ganjar Pranowo saja yang menghadiri dan mendampingi presiden RI yaitu Joko Widodo. Dalam postingan di atas Ganjar menyebutkan 'lebih senang lagi melihat antusiasme masyarakat, semuanya menyambut bahagia kehadiran presiden Jokowi dan beberapa infrastruktur diresmikan seperti pasar, sekolah hingga bendungan'.

Selanjutnya terdapat postingan pada *reels* Instagram yang menunjukkan sikap *ingratiation*, sebagaimana dapat dilihat pada potongan *reels* instagram Ganjar berikut:



Gambar 2. Ganjar Pranowo Dampingi Presiden Meresmikan Bendungan Pidekso

Pada unggahan postingan di atas Ganjar Pranowo mendampingi Presiden Joko Widodo meresmikan Bendungan Pidekso Wonogiri pada tanggal 28 Desember 2021. Peresmian tersebut ditandai dengan penandatanganan prasasti oleh presiden Jokowi.

Selain sebagai pengendali banjir, bendungan yang dibangun di Desa Pidekso Kecamatan Giriwoyo Kabupaten Wonogiri ini juga berfungsi untuk mengurangi sedimentasi sungai. Air yang tertampung di bendungan juga bisa dimanfaatkan untuk pengairan 1,500 hektar lahan pertanian warga. Selain itu tempat ini juga bisa memenuhi ketersediaan air baku bagi masyarakat Wonogiri sebanyak 300 liter per detik. Dan manfaat lain adalah tempat ini bisa dijadikan sebagai destinasi wisata yang menarik.

Berdasarkan postingan di atas jika dikaitkan dengan teori warna dan *angle shooting* menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo mengenakan pakaian dinasnya yaitu dengan warna kecokelatan yang mencirikan bahwa Ganjar Pranowo adalah Gubernur Jawa Tengah. Pada segi *angle shooting* Ganjar Pranowo bersedia turu ke bendungan Pidekso dan bertemu langsung dengan warga sekitar.

2. *Intimidation*

Dalam strategi *intimidation* pelaku akan berusaha untuk meyakinkan target bahwa dirinya adalah orang yang berbahaya, bertolak belakang dengan pelaku *ingratiation*. Pelaku *intimidation* biasanya menekankan pada ancaman serta memanipulasi ketakutan dari target. Pada akun Instagram Ganjar terdapat presentasi diri *intimidation* yang dapat dilihat pada postingan berikut :



Gambar 3. Ganjar Minta Pertambangan Ilegal di Stop

Postingan Ganjar dalam akun instagramnya pada 6 Desember 2021 di atas menunjukkan adanya strategi manajemen kesan *intimidation*. Dalam postingannya Ganjar menyetop larangan penambang ilegal. Adanya strategi *intimidation* karena lebih mudah dilakukan oleh orang yang memiliki kekuasaan tinggi kepada orang yang memiliki kekuasaan rendah, apabila ada perlawanan dari pemilik kekuasaan rendah maka akan ada peluang bagi yang memiliki kekuasaan tinggi untuk melakukan intimidasi.

Berdasarkan postingan di atas Ganjar mengenakan pakaian dengan warna biru dan menggunakan blankon yang mencirikan bahwa Ganjar bahwa selaian sebagai Gubernur Jawa Tengah, Ganjar mengenakan atrbut khas Jawa Tengah yaitu blankon.

3. *Self Promotion*

Siasat pengendalian impression dengan membicarakan atau mempresentasikan segala kelebihan dan pencapaian dirinya agar nilai-nilai positif tersebut menjadi visibel dan diakui

oleh orang lain. Dilakukan agar orang lain terkesan, dengan terlihat kompeten. Seseorang dikatakan sebagai *self promotion* ketika berusaha untuk diakui sebagai pribadi yang kompeten, baik pada kemampuan yang bersifat umum seperti kecerdasan dan kemampuan atletik atau mengarah pada kecakapan spesifik. Pada akun Instagram Ganjar terdapat presentasi diri *self promotion* yang dapat dilihat pada postingan berikut :



Gambar 4. Baznas RI Beri Penghargaan Gubernur Jateng Ganjar Pranowo

Baznas memang menjadi salah satu andalan Ganjar untuk menyelesaikan berbagai persoalan. Dalam masa kepemimpinannya Ganjar terus berkolaborasi dan membangun sinergi yang baik antara pemprov dengan Baznas. Salah satu persoalan tersebut yaitu dalam hal pemberdayaan masyarakat. Berdasarkan postingan di atas Ganjar menggunakan pakaian yang bercorak batik dengan warna netral yang menunjukkan bahwa Ganjar mengutamakan kesederhanaan dalam menghadiri acara penerimaan penghargaan dai Baznas.



Gambar 5. Ganjar Pranowo Terima Penghargaan Jateng Terbaik Penyedia Kredit Kerakyatan

Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo menerima penghargaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) 2021 dari kementerian koordinator bidang perekonomian. Ganjar berhasil membawa Jateng menjadi provinsi terbaik disusul provinsi daerah istimewa Yogyakarta dan Jabar. Penghargaan diterima Ganjar di ruang Graha Sawala, Gedung Ali Wardhana oleh kemenko bidang perekonomian di Jakarta pada 18 Januari 2022. Terdapat 17 pemerintah provinsi yang masuk dalam nominasi penghargaan KUR 2021.

Berdasarkan postingan di atas Ganjar terlihat menggunakan warna pakaian netral bercorak batik. Ganjar bermaksud untuk menghormati acara tersebut dan menunjukkan kesederhanaan dalam berpakaian. Dalam *angle shooting* Ganjar mengenakan masker merah putih yang menunjukkan bahwa sangat menjunjung tinggi NKRI.



Gambar 6. Ganjar Pranowo Terima Penghargaan Bergengsi KASN

Ganjar Pranowo berhasil membawa pemerintah provinsi Jawa Tengah menerima anugerah meritokrasi tahun 2021 dari komisi aparatur sipil negara (KASN). Provinsi Jateng unggul dari Jatim, Jabar, dan DKI Jakarta dalam penghargaan ini dengan poin 335.5. Gubernur Ganjar Pranowo menerima langsung penghargaan tersebut di *the westin grand ballroom* Surabaya pada 7 Desember 2021.

Berdasarkan postingan di atas Ganjar mengenakan pakaian corak batik dengan warna netral yang menunjukkan bahwa Ganjar membawa sifat kesederhanaan dan menghormati acara tersebut. Ganjar juga turut serta secara langsung menghadiri penerimaan penghargaan dari KASN di Surabaya. Pada akun Instagram Ganjar terdapat presentasi diri *self promotion* yang dapat dilihat pada postingan berikut:



Gambar 7. Ganjar Umumkan UMK 2021 di 35 Kabupten/Kota Jateng

Upah minimum 35 kota/kabupaten di Jawa Tengah tahun depan mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2020. Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo mengatakan kenaikan bervariasi mulai dari 0,75 persen hingga 3,68 persen. Kenaikan upah minimum ini tercatat dalam keputusan gubernur Jawa Tengah tanggal 20 November No 561/61 tahun 2020 tentang upah minimum pada 35 kabupaten dan kota di Jawa Tengah. Keputusan ini merupakan jaring pengaman sosial dalam rangka melaksanakan fungsi perlingungan upah bagi pekerja atau buruh dan kelangsungan usaha bagi perusahaan atau dunia usaha di provinsi Jawa Tengah.

Berdasarkan hasil unggahan pada reels Instagram Ganjar Pranowo terkait kenaikan upah 35 kabupaten/kota di Jawa Tengah Ganjar menggunakan baju berwarna putih yang melambangkan bahwa Ganjar tidak memandang jabatan dan menunjukkan bahwa beliau juga sebagai buruh untuk melayani masyarakat Jawa Tengah.

4. *Exemplification*

Strategi di mana aktor memberikan teladan yang mampu mengangkat citra dirinya di depan penerima, misalnya dengan memperlihatkan kemampuan, kejujuran, integritas, moralitas dan melakukan tindakan terpuji. Menunjukkan bahwa dirinya bermoral dan berintegritas, dengan jalan menunjukkan dirinya sebagai seseorang yang peduli, disiplin, jujur, dermawan, serta rela berkorban. Pada akun Instagram Ganjar terdapat presentasi diri *exemplification* yang dapat dilihat pada postingan berikut :



Gambar 8. Ganjar dan Pramuka Tanam Ribuan Pohon di Pantai Tirang

Postingan di atas menunjukkan aktivitas *exemplification* yang dilakukan oleh Ganjar Pranowo dan pramuka dalam menanam ribuan pohon di Pantai Tirang. *Exemplification* merupakan strategi presentasi diri yang bertujuan untuk mendapatkan kesan berintegritas serta layak secara moral dari pihak lain yang memperlihatkan tindakan terpuji. Pantai Tirang menjadi salah satu kawasan yang perlu dijaga kelestarian serta kebersihannya. Berdasarkan hasil postingan di atas Ganjar mengenakan pakaian sporty yang menunjukkan bahwa Ganjar ingin berbaur dengan masyarakat dalam rangka menghijaukan pantai Tirang.



Gambar 9. Ganjar Diminta Salah Seorang Ibu Untuk Mendoakan Puteranya yang Meninggal

Momen gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo tiba-tiba dihampiri seorang ibu yang minta didoakan puteranya yang telah meninggal dunia. Momen tersebut terjadi di saat Ganjar Pranowo tengah menanti sate pesannya matang di Kebumen Jawa Tengah pada 13 Januari 2022.

Berdasarkan teori warna, Ganjar Pranowo terlihat mengenakan pakaian netral dan beliau sedang menunggu pesanan satenya matang, tiba-tiba dihampiri seorang ibu yang meminta doa untuk putranya yang meninggal. Hal ini menunjukkan bahwa keseharian

Ganjar memiliki kesederhanaan dan merakyat serta mau melayani permintaan masyarakat dimana beliau berada.



Gambar 10. Sidak Ruas Banjarnegara Pekalongan, Ganjar Ingatkan Petugas Jangan Lalai

Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo melakukan inspeksi dadakan (sidak) di jalan Ruas Banjarnegara Pekalongan, Kecamatan Kalibening, Banjarnegara pada 19 Januari 2022. Ganjar meminta penanggungjawab tak bertindak lalai yang bisa membuat masyarakat celaka di musim hujan karena jalan rusak.

Berdasarkan kegiatan sidak dalam postingan di atas terlihat bahwa Ganjar mengenakan pakaian netral yang menunjukkan bahwa beliau menjunjung tinggi nilai kesederhanaan dalam bertugas. Bahkan pada saat hujan Ganjar bersedia melakukan sidak bersama petugas dan mengecek secara langsung di jalan Ruas Banjarnegara Pekalongan.

Pada akun Instagram Ganjar terdapat presentasi diri *exemplification* yang dapat dilihat pada postingan berikut :



Gambar 11. Ganjar Tengok Pengungsi Merapi Di Balerante

Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo meninjau lokasi pengungsian gunung Merapi di Desa Balerante Kecamatan Magelang, Kalten pada 19 Januari 2022. Kunjungan dilakukan untuk memastikan semua pengungsi dalam kondisi aman dan stok logistik tercukupi. Ganjar langsung menyapa para pengungsi yang mayoritas lansia dan anak-anak. Terdapat 227 pengungsi yang menempati lokasi tersebut.

Berdasarkan hasil postingan di atas Ganjar mengenakan pakaian sederhana yang menunjukkan bahwa akan bertemu para pengungsi merapi dan Ganjar ingin menunjukkan sifat kepedulian masyarakat yang terkena dampak dari gunung merapi. Pada *angle shooting*, Ganjar bersedia datang langsung ke tempat pengungsian dan berinteraksi dengan para pengungsi. Hal ini memperlihatkan bahwa Ganjar merupakan gubernur Jawa Tengah yang memiliki kepedulian terhadap masyarakat.

5. *Supplication*

Supplication sebagai salah satu strategi presentasi diri dalam pelaksanaannya pelaku akan menyatakan ketergantungannya untuk dapat bantuan orang lain, pelaku menempatkan diri pada belas kasihan orang lain. Dengan menunjukkan ketidakmampuan pelaku akan mendapat bantuan sesuai dengan apa yang bisa dilakukan oleh target. Pada akun Instagram Ganjar terdapat presentasi diri *supplication* yang dapat dilihat pada postingan berikut :



Gambar 12. Ganjar Pranowo Marah, Alat Pendeteksi Dini di Gunung Sumbing Digondol Maling

Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo dibuat marah dan kesal atas ulah oknum tidak bertanggungjawab. Alat pemantau kegempaan dan aktivitas gunung Sumbing di kawasan Cedokan Temanggung hilang dicuri. Ungkapan kekesalan Ganja diunggah pada akun Instagram pada 18 Januari 2022. Akibat kejadian tersebut untuk sementara stasiun tidak beroperasi tanpa dukungan alat tersebut. Salah satu titik bencana yang paling berbahaya adalah gunung berapi aktif. Berdasarkan hasil postingan di atas menunjukkan

bahwa Ganjar memiliki kekurangan dan membutuhkan dukungan dari pihak atau alat lainnya seperti terjadinya kehilangan alat pemantau ketinggian di gunung Sumbing.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi presentasi diri Ganjar Pranowo pada akun instagramnya yaitu postingan berupa dokumentasi photo dan *reels* (IG tv) dengan batas periode waktu 22 Oktober 2021 hingga 22 Januari 2022, temuan peneliti pada strategi *ingratiation* (strategi untuk mengambil hati orang lain) terdapat 11 postingan berupa dokumentasi photo dan 3 berupa *reels* (IG tv). *Self promotion* (strategi mempromosikan diri) terdapat 7 postingan berupa dokumentasi photo dan 3 berupa *reels* (IG tv). *Exemplification* (strategi menjadikan diri sebagai suatu panutan) terdapat 3 postingan berupa dokumentasi photo dan 3 berupa *reels* (IG tv). *Intimidation* (strategi yang menunjukkan sebagai orang yang berbahaya) terdapat 1 postingan berupa dokumentasi photo. *Supplication* (strategi yang menunjukkan sebagai orang yang lemah) terdapat 1 postingan berupa dokumentasi photo.

1. Strategi *ingratiation*

Strategi dimana seseorang melakukan hal-hal positif untuk memengaruhi perspektif penerima atau melakukan hal-hal yang diinginkan penerima, misalnya dengan memberikan pengakuan, rasa hormat, pujian, persetujuan dan bantuan. Seperti pada postingan yang diunggah tanggal 5 Januari 22 tentang Ganjar Kunjungi Pusat Informasi Covid-19 Untuk Sumber Informasi Vaksin. Jika dikaitkan dengan teori warna dan *angle shooting*, Ganjar menggunakan pakaian dinas yang berwarna kecokelatan. Artinya bahwa Ganjar menunjukkan bahwa sebagai Gubernur Jawa Tengah beliau bersedia berkunjung dan bertemu secara langsung dengan masyarakat untuk memberikan informasi vaksinasi. Selanjutnya pada unggahan 28 Desember 2021 tentang Ganjar Pranowo dampingi presiden meresmikan bendungan Pidekso. Jika dikaitkan dengan teori warna dan *angle shooting* menunjukkan bahwa Ganjar Pranowo mengenakan pakaian dinas yaitu dengan warna kecokelatan yang mencirikan bahwa Ganjar Pranowo adalah Gubernur Jawa Tengah. Pada segi *angle shooting* Ganjar Pranowo bersedia turun ke bendungan Pidekso dan bertemu langsung dengan warga sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa sebagai gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo memiliki sifat yang mau membaur dengan masyarakat dan peduli terhadap infrastruktur daerah setempat yang dapat memberikan manfaat besar bagi perekonomian. Kemudian pada unggahan 21 Januari 2022 tentang Ganjar Pranowo Menyalurkan Bantuan Pembangunan Rumah Sehat Layak Huni (RSLH) menunjukkan bahwa warna yang dikenakan Ganjar Pranowo adalah netral yang memperlihatkan bahwa kesederhanaan terhadap masyarakat. Pada postingan diatas Ganjar tidak memakai pakaian dinas, akan tetapi Ganjar mengenakan pakaian batik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagai gubernur Jawa Tengah memiliki jiwa kesederhanaan terhadap masyarakat dan bersedia mampir ke rumah layak huni serta turut serta berbincang secara langsung dengan masyarakat.

Terdapat postingan di *reels* Instagram milik Ganjar Pranowo pada 17 Januari 2021 tentang Ganjar Pranowo tanam pohon di kawasan rawan longsor. Ganjar Pranowo terlihat ikut serta menanam pohon secara langsung di Bantaran Sungai Desa Jragung. Jika dikaitkan dengan teori warna dan *angle shooting*, Ganjar Pranowo mengenakan warna netral dengan paduan warna merah-hitam dan aksesoris sporty. Pada aktivitas tersebut menunjukkan bahwa Ganjar memiliki kepedulian terhadap penghijauan dan lingkungan yaitu dengan menanam pohon supaya meminimalisi terjadinya longsor.

Berdasarkan hasil strategi *ingratiation* pada postingan dokumentasi berupa photo maupun video di akun Instagram Ganjar Pranowo melakukan aktivitasnya dengan menjunjung tinggi nilai kesederhanaan dan merakyat serta mempedulikan nilai-nilai kemanusiaan.

2. Strategi *self promotion*

Siasat pengendalian impression dengan membicarakan atau mempresentasikan segala kelebihan dan pencapaian dirinya agar nilai-nilai positif tersebut menjadi visibel dan diakui oleh orang lain. Dilakukan agar orang lain terkesan, dengan terlihat kompeten. Seperti pada postingan yang diunggah tanggal 18 Januari 22 tentang Baznas RI Beri Penghargaan Gubernur Jateng Ganjar Pranowo. Berdasarkan postingan tersebut Ganjar menggunakan pakaian yang bercorak batik dengan warna netral yang menunjukkan bahwa Ganjar mengutamakan kesederhanaan dalam menghadiri acara penerimaan penghargaan dari Baznas. Selanjutnya pada unggahan 19 Januari 2022 tentang Ganjar Pranowo Terima Penghargaan Jateng Terbaik Penyedia Kredit Kerakyatan. Ganjar terlihat menggunakan warna pakaian netral bercorak batik. Ganjar bermaksud untuk menghormati acara tersebut dan menunjukkan kesederhanaan dalam berpakaian. Dalam *angle shooting* Ganjar mengenakan masker merah putih yang menunjukkan bahwa sangat menjunjung tinggi NKRI dan memberikan pesan bahwa tetap mentaati peraturan kesehatan pada masa pandemi yaitu dengan memakai masker. Kemudian pada unggahan 7 Desember 2021 tentang Ganjar Pranowo Terima Penghargaan Bergengsi KASN. Ganjar mengenakan pakaian corak batik dengan warna netral yang menunjukkan bahwa Ganjar membawa sifat kesederhanaan dan menghormati acara tersebut. Ganjar juga turut serta secara langsung menghadiri penerimaan penghargaan dari KASN di Surabaya. Selain itu terdapat pada hasil unggahan video di reels IG tv pada 22 November 2020 tentang Ganjar Umumkan UMK 2021 di 35 Kabupten/Kota Jateng. Pada video yang diunggah terlihat Ganjar menggunakan baju berwarna putih yang melambangkan bahwa Ganjar tidak memandang jabatan dan menunjukkan bahwa beliau juga sebagai buruh untuk melayani masyarakat Jawa Tengah.

Berdasarkan hasil strategi *self promotion* pada postingan dokumentasi berupa photo maupun video di akun Instagram Ganjar Pranowo melakukan aktivitasnya dengan menjunjung tinggi nilai kesederhanaan dan merakyat serta mempedulikan nilai-nilai kemanusiaan.

3. Strategi *exemplification*

Strategi di mana aktor memberikan teladan yang mampu mengangkat citra dirinya di depan penerima, misalnya dengan memperlihatkan kemampuan, kejujuran, integritas,

moralitas dan melakukan tindakan terpuji. Seperti pada unggahan 11 Desember 2021 tentang Ganjar dan Pramuka Tanam Ribuan Pohon di Pantai Tirang. Dalam unggahannya terlihat Ganjar mengenakan pakaian sporty yang menunjukkan bahwa Ganjar ingin berbaur dengan masyarakat dalam rangka menghijaukan pantai Tirang. Selanjutnya unggahan 13 Januari 2022 tentang Ganjar Diminta Salah Seorang Ibu Untuk Mendoakan Putranya yang Meninggal. Ganjar Pranowo terlihat mengenakan pakaian netral dan beliau sedang menunggu pesanan satenya matang, tiba-tiba dihampiri seorang ibu yang meminta doa untuk putranya yang meninggal. Hal ini menunjukkan bahwa keseharian Ganjar memiliki kesederhanaan dan merakyat serta mau melayani permintaan masyarakat dimana beliau berada. Kemudian unggahan 21 Januari 2022 tentang Sidak Ruas Banjarnegara Pekalongan, Ganjar Ingatkan Petugas Jangan Lalai. Kegiatan sidak dalam postingan di atas terlihat bahwa Ganjar mengenakan pakaian netral yang menunjukkan bahwa beliau menjunjung tinggi nilai kesederhanaan dalam bertugas. Bahkan pada saat hujan Ganjar bersedia melakukan sidak bersama petugas dan mengecek secara langsung di jalan Ruas Banjarnegara Pekalongan. Terdapat juga pada hasil video di reels IG tv Instagram Ganjar Pranowo 19 Januari 2022 tentang Ganjar Tengok Pengungsi Merapi Di Balerante. Ganjar mengenakan pakaian sederhana yang menunjukkan bahwa akan bertemu para pengungsi merapi dan Ganjar ingin menunjukkan sifat kepedulian masyarakat yang terkena dampak dari gunung merapi. Pada *angle shooting*, Ganjar bersedia datang langsung ke tempat pengungsian dan berinteraksi dengan para pengungsi. Hal ini memperlihatkan bahwa Ganjar merupakan gubernur Jawa Tengah yang memiliki kepedulian terhadap masyarakat.

Berdasarkan hasil strategi *exemplification* pada postingan dokumentasi berupa photo maupun video di akun Instagram Ganjar Pranowo melakukan aktivitasnya dengan menjunjung tinggi nilai kesederhanaan dan merakyat serta mempedulikan nilai-nilai kemanusiaan.

4. Strategi *Intimidation*

Intimidasi adalah strategi di mana aktor memperlihatkan kekuatan, kemampuan atau potensinya untuk mencelakai penerima. Seorang atasan yang dengan tegas mengancam karir bawahannya merupakan suatu tindakan intimidasi. Seperti pada unggahan 20 Desember 2021 tentang Ganjar Minta Pertambangan Ilegal di Stop. Berdasarkan postingan di atas Ganjar mengenakan pakaian dengan warna biru dan menggunakan blankon yang mencirikan bahwa Ganjar sebagai Gubernur Jawa Tengah, Ganjar mengenakan atribut khas Jawa Tengah yaitu blankon.

5. Strategi *Supplication*

Strategi *supplication*, aktor menunjukkan kelemahannya misalnya di saat-saat sulit. Siasat ini termasuk memancing perasaan iba dari penerima, memperlihatkan celah serta kelemahan dan mengakui kekurangannya untuk menarik rasa simpati. Seperti pada unggahan 18 Januari 2022 tentang Ganjar Pranowo marah, alat pendeteksi dini di gunung sumbing digondol maling. Berdasarkan hasil postingan di atas menunjukkan bahwa Ganjar memiliki kekurangan dan membutuhkan dukungan dari pihak atau alat lainnya seperti terjadinya kehilangan alat pemantau kegempaan di gunung Sumbing.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa melalui akun intagram Ganjar Pranowo (@ganjar_pranowo) menggunakan strategi presentasi diri yaitu ingratiation (supaya disenangi), intimidation (strategi intimidasi agar disegani), self-promotion (strategi promosi diri agar dipercaya atas kemampuannya), exemplification (strategi mencontohkan diri agar terlihat mulia), dan Supplication (strategi yang menunjukkan sebagai orang yang lemah). Adanya temuan strategi supplication pada hasil unggahan di akun instagram Ganjar Pranowo menunjukkan bahwa sebagai Gubernur Jawa Tengah memiliki kekurangan dalam beberapa hal yang tidak dapat dikendalikan.

Namun secara umum sebagai gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo telah melakukan strategi presentasi diri dengan baik yaitu terdapat hubungan teori warna dan angle shooting bahwa selalu memperlihatkan nilai-nilai kesederhanaan dan menjunjung tinggi kepedulian terhadap sesama dan juga memperhatikan infrastruktur yang dapat memberikan manfaat kepada masyarakat Jawa Tengah.

Daftar Pustaka

- Adrissa & Bahri. (2021). Strategi Impression Management Laman Kedutaan Besar Jepang di Indonesia Selama Pandemi covid-19. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1(5), 597–611.
- Adrissa, & Bahri. (2021). "Strategi Impression Management Laman Kedutaan Besar Jepang di Indonesia Selama Pandemi covid-19." *Cerdika J. Ilm. Indones.*, 1(5), 597–611. [Online]. Available: <http://cerdika.publikasiindonesia.id/index.php/cerdika/article/view/88>
- Ai, W. (2022). Reconsidering autistic 'camouflaging' as transactional impression management. *Trends in Cognitive Sciences*, 26(8), 631–645. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2022.05.002>
- Astiani. (2017). "Instagram Sebagai Alat Presentasi Diri Mahasiswa (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Filter Foto dalam Instagram pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2014 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta)." No. 8.5.2017.
- Cole, B. M. (2019). A Model of Competitive Impression Management: Edison versus Westinghouse in the War of the Currents. *Administrative Science Quarterly*, 64(4), 1020–1063. <https://doi.org/10.1177/0001839218821439>
- Fachruddin. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi*, 151.
- García-Sánchez, I. M. (2019). Female directors and impression management in sustainability reporting. *International Business Review*, 28(2), 359–374. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.10.007>
- Goldwin, E., Priyowidodo, G., & Yogatama, A. (2019). "Strategi Impression Management Sandiaga pada Kampanye Pilpres 2019 melalui Akun Instagram @sandiuno." *J. e-*

Komunikasi, 7(2), 1–13. [Online]. Available:
<https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/download/10004/8960>

- Goldwin, E., Priyowidodo, G., & Yogatama, A. (2019). Strategi Impression Management Sandiaga pada Kampanye Pilpres 2019 melalui Akun Instagram @sandiuno. *Jurnal E-Komunikasi*, 7(2), 1–13.
- Harris, K., Zivnuska, S., Kacmar, K. M., & Shaw, J. D. (2007). "The impact of political skill on impression management effectiveness." *Journal of Applied Psychology*, 92(1), 278–285. doi: 10.1037/0021-9010.92.1.278.
- Harris, K., Zivnuska, S., Kacmar, K. M., & Shaw, J. D. (2007). The impact of political skill on impression management effectiveness. *Journal of Applied Psychology*, 92(1), 278–285. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.1.278>
- Islam. (2018). "Impression Management Pejabat Publik Dalam Media Sosial." *Ilmu Komunikasi Fak. Komunikasi dan Informasi*, 10(1), 1–30. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1103/PhysRevB.101.089902%0>
- Islam. (2018). Impression Management Pejabat Publik Dalam Media Sosial. *Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi Dan Informatika*, 10(1), 1–30.
- Juniarti. (2018). "Strategi Joko Widodo Membentuk Manajemen Kesan di Instagram Menjelang Pilpres 2019." *Interak. J. Ilmu Komun.*, 7(2), 116–132. doi: 10.14710/interaksi.7.2.116-132.
- Juniarti. (2018). Strategi Joko Widodo Membentuk Manajemen Kesan Di Instagram Menjelang Pilpres 2019. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 116–132. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.116-132>
- Kanbaty, M. (2020). Infographics in corporate sustainability reports: Providing useful information or used for impression management? *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 26. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2020.100309>
- Khosiah. (2017). "Persepsi Masyarakat Terhadap Rencana Pemerintah Membuka Area Pertambangan Emas di Desa Sumi Kecamatan Lambu Kabupaten Bima." 6(2), 5–9.
- Kibler, E. (2021). Post-failure impression management: A typology of entrepreneurs' public narratives after business closure. *Human Relations*, 74(2), 286–318. <https://doi.org/10.1177/0018726719899465>
- Leary, M. R. (2019). Self-presentation: Impression management and interpersonal behavior. *Self-Presentation: Impression Management and Interpersonal Behavior*, 1–246. <https://doi.org/10.4324/9780429497384>
- Lee, G. (2020). Celebrity CEO, identity threat, and impression management: Impact of celebrity status on corporate social responsibility. *Journal of Business Research*, 111, 69–84. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.015>

- Molecke, G. (2020). Justifying Social Impact as a Form of Impression Management: Legitimacy Judgements of Social Enterprises' Impact Accounts. *British Journal of Management*, 31(2), 387–402. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12397>
- Permata. (2017). "Instagram Dan Presentasi Diri (Analisis Kuantitatif Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Presentasi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNTIRTA Angkatan 2013-2015)." *ILMU Komunikasi*, 1–139.
- Permata. (2017). Instagram dan Presentasi Diri (Analisis Kuantitatif Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Presentasi Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNTIRTA Angkatan 2013-2015). *ILMU KOMUNIKASI*, 1–139.
- Pradana. (2018). "Presentasi Diri Pada Jamaah Ahmadiyah Jawa Timur Pasca Dikeluarkannya Surat Keputusan Gubernur Jawa Timur No 188/94/Kpts/013/2011 Tentang Pelarangan Terhadap Aktifitas Jamaah Ahmadiyah Di Jawa Timur." *Psikol. Dan Kesehat.*, 1–99.
- Rahayu. (2018). "Panggung Depan Dalam Tampilan Instagram (Suatu Analisis Teori Dramaturgi)." *ILMU Sos. DAN ILMU Polit.*, 1(3), 1–109.
- Rahayu. (2018). Panggung Depan Dalam Tampilan Instagram (Suatu Analisis Teori Dramaturgi). *ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK*, 1(3), 1–109.
- Rizki, D. A. N. (2020). "Visualisasi Data Sentimen Terhadap Organisasi Perangkat Daerah Pemerintah Provinsi Jawa Barat Di Jabar Digital Service." Other thesis.
- Satrio. (2017). "Taktik Impression Management Sandiaga Uno Melalui Akun Instagram @Sandiuno (Studi Analisis Isi Taktik Impression Management Sandiaga Uno Melalui Akun Instagram @sandiuono Periode 21 Agustus 2016 – 21 Oktober 2016 Untuk Maju di Pilkada DKI Jakarta 2017)." *Angew. Chemie Int. Ed.*, 6(11), 951–952, 2013–2015.
- Satrio. (2017). Taktik Impression Management Sandiaga Uno Melalui Akun Instagram @SANDIUNO (Studi Analisis Isi Taktik Impression Management Sandiaga Uno Melalui Akun Instagram @sandiuono Periode 21 Agustus 2016 – 21 Oktober 2016 Untuk Maju di Pilkada DKI Jakarta 2017). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Strömbäck & Kioussis. (2013). Political Public Relations: Old Practice, New Theory-Building. *Public Relations Journal*, 7(4), 1–13.
- Strömbäck, J., & Kioussis, S. (2013). "Political Public Relations: Old Practice, New Theory-Building." *Public Relations Journal*, 7(4), 1–13.
- Tung, V. W. S. (2021). Host-guest relations and destination image: compensatory effects, impression management, and implications for tourism recovery. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 38(8), 833–844. <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1883499>
- Umeda. (2019). "Studi Eksploratif Strategi Presentasi Diri Remaja Akhir Di Instagram." *PSIKOLOGI*, 1–99.
- Umeda. (2019). Studi Eksploratif Strategi Presentasi Diri Remaja Akhir Di Instagram. *PSIKOLOGI*, 1–99.

-
- Usmani, M. (2020). The production of stand-alone sustainability reports: visual impression management, legitimacy and "functional stupidity." *Accounting Forum*, 44(4), 315–343. <https://doi.org/10.1080/01559982.2020.1782566>
- Wu, B. (2022). Substantial response or impression management? Compliance strategies for sustainable development responsibility in family firms. *Technological Forecasting and Social Change*, 174. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121214>
- Yunita. (2018). "Self-Presentation Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dan Universitas Pamulang) SKRIPSI." *Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 1–87.
- Yunita. (2018). Self-Presentation Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dan Universitas Pamulang) SKRIPSI. *Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 1–87.