

# **DISERTASI**

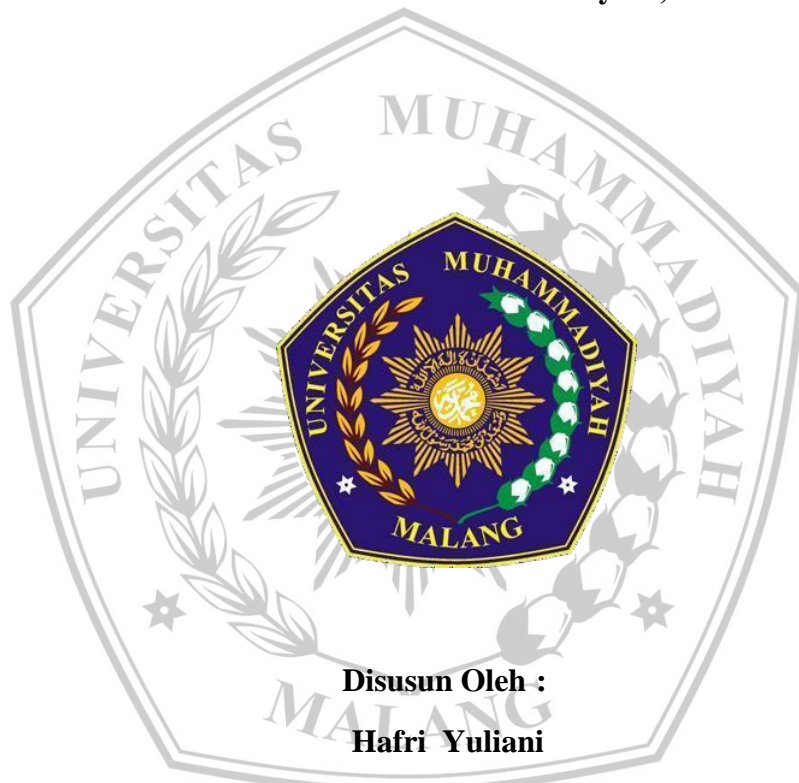
## **PRESENTASI DIRI AKTOR POLITIK DI MEDIA SOSIAL**

**(Studi pada : Akun Instagram @rohidin.mersyah dan Akun Tik Tok @helmihasanchannel)**

**Promotor : Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si**

**Ko-Promotor 1 : Dr. Susiyanto, M.Si**

**Ko-Promotor II : Prof. Dr. Wahyudi, M.Si**



**Disusun Oleh :**

**Hafri Yuliani**

**NIM : 202120670111031**

**PROGRAM STUDI DOKTOR SOSIOLOGI  
DIREKTORAT PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PRESENTASI DIRI AKTOR POLITIK DI MEDIA SOSIAL**

**(Studi pada : Akun Instagram @rohidin.mersyah dan Akun Tik Tok @helmihasanchannel)**

**HAFRI YULIANI**

**202120670111031**

Promotor : **Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si** \_\_\_\_\_

Ko-Promotor I : **Dr. Susiyanto, M.Si** \_\_\_\_\_

Ko-Promotor II : **Prof. Dr. Wahyudi, M.Si.** \_\_\_\_\_

Direktur  
Program Pascasarjana, **Ketua Prodi**  
**Doktor Sosiologi,**

**Prof. Latipun, Ph.D.**

**Prof. Dr. Oman Sukmana**

# DAFTAR PENGUJI

Disertasi ini telah dipertahankan di depan tim penguji dalam forum Ujian Tertutup pada hari/tanggal, Jum'at/ 20 Desember 2024

## DEWAN PENGUJI :

1. **Prof. Dr. Jabal Tarik Ibrahim** (Promotor)
  2. **Dr. Susiyanto, M.Si** (Ko. Promotor I)
  3. **Prof. Dr. Wahyudi, M.Si** (Ko Promotor II)
  4. **Prof. Dr. Latipun, Ph.D** (Penguji)
  5. **Prof. Dr. Oman Sukmana** (Penguji)
  6. **Prof. Dr. Vina Salviana** (Penguji)
  7. **Dr. Juliana, M.Si** (Penguji)
- 

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Hafri Yuliani**  
NIM : **202120670111031**  
Program Studi : **Doktor Sosiologi**

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. DISERTASI dengan judul, **Presentasi Diri Aktor Politik Di Media Sosial. Studi pada : Akun Instagram @rohidin.mersyah dan Akun Tiktok @helmihasanchannel.** Adalah karya saya dan dalam naskah Disertasi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dalam daftar pustaka.
2. Apabila ternyata dalam naskah Disertasi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia Disertasi ini **DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Disertasi ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan **HAK BEBAS ROYALTI NON EKSKLUSIF**.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 21 Desember 2024

Yang menyatakan,

**Hafri Yuliani**

**PRESENTASI DIRI AKTOR POLITIK DI MEDIA SOSIAL**  
**(Studi pada : Akun Instagram @rohidin.mersyah dan Akun Tik Tok**  
**@halmihasanchannel)**

**Disusun Oleh :**  
**Hafri Yuliani**  
**NIM 202120670111031**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis presentasi diri aktor politik di Media Sosial. Studi pada akun Instagram @rohidin.mersyah dan akun tiktok @halmihasanchannel. Teori yang digunakan sebagai pisau analisis pada penelitian ini adalah teori Dramaturgi dari Goffman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis Deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Subjek penelitian terdiri dari 2 orang yaitu aktor politik. Sedangkan informan keseluruhannya terdiri dari 13 orang. Hasil penelitian menjelaskan bahwa : 1. Presentasi diri aktor politik di panggung depan (*front stage*) di *real life* membentuk impression management dari aktor politik yang sangat terampil dalam mengelola kesan. Menggunakan berbagai elemen penampilan, setting, dan interaksi dengan audiens untuk mengkomunikasikan citra sebagai pemimpin yang sesuai dengan narasi yang diinginkan oleh aktor politik. 2. Presentasi diri aktor politik di panggung depan (*front stage*) di Media Sosial dalam politik kontemporer adalah upaya kolektif yang terorganisir, bukan hanya ekspresi spontan dari aktor politik melainkan penggunaan tim sebagai “kru panggung”. Media Sosial telah menciptakan “panggung” baru dengan karakteristiknya, dimana kontrol lebih besar atas narasi (melalui pemilihan konten secara selektif), Interaksi langsung dengan audiens (melalui respon terhadap komentar, Kemampuan untuk menyebarkan pesan secara luas dan cepat. 3. Presentasi diri aktor politik di panggung belakang memiliki perbedaan dengan panggung depan (*front stage*), Audiens yang berada di panggung belakang tidak ada hubungan dengan politik. Semua simbol yang digunakan untuk keperluan panggung depan seperti pakaian, aksesoris tidak digunakan di panggung belakang (*back stage*).

**Kata kunci :** Presentasi diri, Panggung depan (*front stage*), Panggung Belakang (*back stage*), Aktor politik, Media Sosial

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	16
C. Tujuan Penelitian.....	17
D. Manfaat Penelitian.....	17
E. Definisi Konsep.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	34
A. Penelitian Terdahulu .....	34
B. Kajian Pustaka.....	34
C. Landasan Teori.....	54
D. Kerangka Berfikir.....	56
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
A. Paradigma Penelitian.....	60
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	61
C. Lokasi Penelitian.....	62
D. Teknik Penentuan Subjek Penelitian.....	63
E. Unit Analisis Penelitian .....	64
F. Teknik Pengumpulan Data.....	64
G. Teknik Keabsahan Data .....	67
H. Teknik Analisis Data .....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	70
A. Kondisi Geografis Kota Bengkulu .....	70
B. Karakteristik Subjek Penelitian dan Informan.....	76
C. Pembahasan .....	77
1. Presentasi Diri Aktor Politik di panggung depan (front stage) Real Life.....	78
2. Presentasi diri aktor politik di panggung depan ( <i>fornt stage</i> ) Media Sosial .....	109
3. Presentasi Diri Aktor Politik di Panggung Belakang ( <i>Back stage</i> ).....	134
D. Diskusi Dengan Teori.....	139

E. Preposisi .....	149
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>150</b>
A. Kesimpulan,Implikasi Teori dan Saran .....	151
B. Saran .....	153
C. DAFTAR PUSTAKA.....	154



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Batas Wilayah Kota Bengkulu .....	79
Tabel 4.2 Statistik Geografi Kota Bengkulu, Tahun 2022 .....	71
Tabel 4.3 Jumlah Sekolah Menurut Kecamatan di Kota Bengkulu, 2022/2023 ...	72





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sumber Informasi Mengenai Aktor Politik .....	18
Gambar 1.2. Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan Pemilih Pemula. 19	
Gambar 4.1 Persentase Kota Bengkulu Tahun 2022.....	71




## KATA PENGANTAR

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah dunia politik secara signifikan. Media Sosial menjadi arena penting bagi aktor politik untuk membentuk citra agar bisa berinteraksi dengan konstituen. Disertasi ini mengkaji Presentasi diri aktor politik di Media Sosial. Topik ini menjadi relevan karena semakin berperannya Media Sosial dalam komunikasi politik. Melalui platform digital, aktor politik dapat menyampaikan pesan secara langsung, membangun citra positif dan mampu memobilisasi *followers* untuk mendukung dan menyebarkan informasi yang berhubungan dengan aktor politik.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana presentasi diri aktor politik di Media Sosial. Untuk lebih spesifik penelitian ini menganalisis panggung depan (*Front stage*) aktor politik di Media Sosial, panggung depan (*front stage*) aktor politik di dunia nyata dan panggung belakang (*back stage*) aktor politik. Harapannya, temuan yang di hasilkan dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi politik dan memberikan wawasan bagi praktisi maupun pemangku kepentingan. Besar harapan saya, disertasi ini dapat menjadi sumbangsi bagi kajian komunikasi politik di era digital. Terimakasih, Wassallammua'laikum Warahmatullahi wabarokatuh.

Bengkulu, Juni 2024



Hafri Yuliani

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara demokrasi telah menjalankan pemilihan umum sebagai bentuk penegakkan demokrasi bagi seluruh rakyat Indonesia. Pemilihan Presiden dan wakil presiden, pemilihan Gubernur dan wakil gubernur, pemilihan bupati dan wakil bupati, pemilihan DPR dan DPRD adalah bentuk demokrasi yang di terapkan di Indonesia untuk memilih pemimpin berasal dari rakyat untuk rakyat dan kembali kepada rakyat. Keberlangsungan pemilihan umum (pemilu) dilaksanakan setiap 5 tahun sekali menjadi pesta bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia (Rizki Putra & Nurcholis, 2021).

Pemilihan umum (pemilu) 2024, berbagai partai dan aktor politik mulai melakukan manuver dan strategi politik untuk meraih kemenangan politik. Pergeseran strategi politik tidak hanya melalau tatap muka atau menggunakan media konvensional melainkan menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial telah memberi ruang kepada aktor politik untuk menyebarkan ide, gagasan serta semua aktivitas yang memberikan citra positif di khalayak, sehingga tidak jarang membuat khalayak tertarik untuk bergabung dan menjadi simpatisan dari partai dan aktor politik yang mengkampanyekan diri melalui media sosial, semua ini dapat di buktikan dari jumlah *follower* yang meningkat. Aktor-aktor politik menyadari bahwa personalisasi politik begitu penting untuk menjangkau suara dalam pemilihan umum. Maka yang terjadi, aktor politik berlomba menampilkan citra sesuai dengan harapan kenstituen akan menjadi *voter* dalam pemilu.

Pemilu menjadi acuan untuk kedepan bagi aktor politik dan partai untuk bisa maju dan memenangkan suara. Salah satu hal yang paling di perbincangkan adalah partisipasi pemilih milenial. Hampir Sebagian pemilih milenial merupakan pemilih pemula. Secara umum pemilih pemula merupakan golongan yang baru pertama kali berpartisipasi dalam pemilu. Tidak jarang suara pemilih pemula di anggap sebelah mata, karena produksi pengetahuan politik yang masih awam. Namun, pada pemilu suara pemilih pemula justru diperhitungkan bagi para calon dan partai politik dikarenakan jumlah pemilih pemula yang mencapai angka 14 juta pemilih (Rizki Putra & Nurcholis, 2021).

Pemilih pemula memiliki beberapa pengertian yaitu tiga kategori pemilih pemula di Indonesia. Pertama, pemilih yang rasional, pemilih yang benar-benar memilih partai berdasarkan penilaian dan analisis mendalam (Rachmat & Esther, 2016). Kedua, pemilih kritis emosional, pemilih yang masih idealis dan tidak kenal kompromi (Rachmat & Esther, 2016). Ketiga, pemilih pemula, yakni pemilih yang baru pertama kali memilih karena usia mereka baru memasuki usia pemilih. Melihat dari kategori pemilih, tidak menutup kemungkinan informasi yang didapatkan dimedia sosial di terima oleh pemilih pemula dengan utuh (Peristiwa, 2015)

Berdasarkan UU No. 7 tahun 2017 menjelaskan bahwa Pemilu memberikan jaminan bagi pemilih pemula yang pada 17 April 2019 genap berusia 17 tahun untuk bisa menyalurkan hak pilihnya pada saat pemilu. Sehingga pemilih pemula yang telah genap 17 tahun bisa menyalurkan hak pilihnya. Diperkuat Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *The New Trend Among Indonesia Netizen*, proporsi konsumsi media internet gearasi milenials (20-34 tahun) mencapai angka 47%, sementara gearasi Z (10-19 tahun) penggunaan internet mencapai 30%. Artinya bahwa

mayorita informasi yang dicari oleh usia 10-34 tahun berada di internet. Sehingga semakin banyak informasi yang disebarluaskan melalui media baru atau media sosial maka setiap khalayak semakin mudah untuk mencari referensi dan membandingkan antara satu sumber dengan sumber lainnya.

Pergeseran pencarian informasi yang tadinya hanya menggunakan media konvensional seperti koran, radio, dan televisi. Saat ini pergeseran pencarian informasi telah berada pada media baru atau yang disebut *new media* yang menggunakan internet sebagai penghubung untuk bisa mengakses dan menyebarkan semua informasi. Pemanfaatan media baru seperti media sosial telah dikonsumsi khalayak untuk mendapatkan informasi secara cepat, akurat dan dapat membandingkan dari berbagai sumber. Informasi yang tersebar melalui internet tentunya sangat berperan dalam memberikan sebuah wawasan, mampu mengubah opini dan mempertahankan sebuah opini publik. Sehingga tidak menutup kemungkinan sebuah berita yang tadinya *good news* menjadi *bad News*. Media berperan sangat penting dalam memframing sebuah berita untuk menjadi konsumsi khalayak dalam mendapatkan informasi. Mirisnya pesan politik yang tersebar di media sosial yang belum tentu kebenarannya atau bisa jadi *hoax* menjadi viral dan tidak jarang dianggap sebuah fakta yang dipercaya oleh khalayak luas (Bahri & Sosial, 2021).

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan kepada informan yaitu Walikota Bengkulu menjelaskan bahwa saat ini penggunaan media konvensional sudah digunakan untuk publikasi dan sosialisasi. Terutama penggunaan media televisi dan media cetak seperti koran sudah digunakan untuk menampilkan kepada khalayak tentang kegiatan dan program yang terlaksana. Namun kenyataannya

media konvensional, seperti televisi dan media cetak tidak menjangkau pemilih pemula. Karena pemilih pemula lebih banyak menggunakan media sosial seperti Instagram. Sehingga walikota Bengkulu menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi untuk menjangkau partisipan pemilih pemula. Berdasarkan observasi awal kepada subjek dalam hal ini Walikota Bengkulu menjelaskan bahwa penggunaan media sosial dalam proses komunikasi seperti agitasi, *public relations* dan kampanye, cenderung mempengaruhi cara manusia mengorganisasikan citra politik dan membangun opini bagi publik. Hal itulah yang mempengaruhi cara manusia berpendapat (beropini) dan berperilaku. Media merupakan perluasan alat indra manusia (*sense extension theory*) dimana media massa datang menyampaikan pesan yang aneka ragam dan aktula tentang lingkungan sosial dan politik.

Diperkuat dengan pernyataan Harsono dalam Kamaruddin menjelaskan bahwa sejumlah aspek yang membuat media massa penting dalam kehidupan politik yaitu : 1. Daya jangkauannya yang sangat luas dalam menyebarkan informasi politik, 2. Kemampuan melipatgandakan pesan yang luar biasa . 3. Setiap media bisa mewacanakan sebuah peristiwa politik sesuai pandangan masing- masing. 4. Fungsi agenda setting , media memiliki kesemaptan yang sangat luas untuk memberitakan sebuah peristiwa politik, sesuai kebijakan masing-masing.

Media sosial telah mengubah aksesibilitas dan ketersediaan informasi mengenai kandidat tertentu. Perkembangan media sosial sebagai *platform* pertukaran sosial , informasi dan politik telah menjadi alat yang berpengaruh untuk digunakan secara efektif guna mencapai segmentasi yang diinginkan. Aktor politik menggunakan media sosial sebagai alat untuk mempengaruhi sikap tentang diri merek sendiri, menetapkan agenda serta mengkampanyekan diri. Salah satu media

sosial yang digunakan aktor politik adalah Instagram, Instagram merupakan saluran idela yang untuk mempromosikan diri dan partai politik (Dhara et al., 2020).

Dirilis oleh *We are social* (2018) menjelaskan bahwa Instagram sebagai salah satu *platform* media sosial yang dipakai masyarakat global, termasuk Indonesia dengan total populasi mencapai 265 juta jiwa. Lebih dari separuh warga Indonesia adalah pengguna aktif media sosial (124,8 Juta Jiwa) , dimana sebanyak 53 juta jiwa adalah pengguna aktif . Fitur instagram memudahkan aktor politik dan partai politik untuk bisa secara cepat di publikasikan kepada khalayak secara cepat dan tanpa batas. Adapun fitur yang disediakan seperti foto, teks, maupun video (Robin, 2020)

Mudahnya penyebaran informasi melalui media sosial sehingga bermunculan konten yang mengarah pada politik. Melalui media sosial komunikasi bisa tersebar cerara cepat dan luas. Hal ini yang memberikan peluang bagi aktor politik untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan konten atau berita yang mampu menggiring dan memberikan citra positif kepada khalayak. Masifnya pergerakan politik menggunakan media sosial , sehingga pemilih pemula dapat melihat secara langsung nilai-nilai yang di sebarluaskan dari aktivitas aktor dan partai politik melalui media sosial.

Sebagian besar kedudukan dunia nyata (*real life*) saat ini diambil alih perlahan oleh kedudukan dunia maya (*cyberspace*). *Cyberspace* mampu menciptakan dan mengubah pesan, identitas, citra dan konsep diri sesuai dengan keinginan dari pengirim pesan. Sama halnya yang dilakukan oleh aktor politik dalam menarik perhatian dari *followers* atau simpatisan di dunia maya, berbagai cara seperti menyebarkan berbagai informasi yang positif melalui foto, video dan

status, *feed*, dan *instastory* kepada khalayak. Semua informasi yang disebarakan mencoba untuk membangun citra positif dan membuat pesan yang di *share* di tangkap oleh khalayak dalam bentuk positif.

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa interaksi simbolik menunjukkan bahwa sifat khas dari tindakan atau interaksi antar manusia, terlihat dari saling menerjemahkan, mendefinisikan tindakan bukan hanya reaksi dari Tindakan seseorang terhadap orang lain. tindakan seseorang tidak secara langsung tetapi berdasarkan makna yang di berikan. Sehingga interaksi di jembatani dengan penggunaan symbol, penafsiran dan penemuan makna dari Tindakan orang lain. (Astuti, 2015) (Novi Indah Sari, 2020). Dalam kajian ini peneliti memberikan penjelasan tentang fenomena yang sering terjadi di dalam realitas masyarakat kontemporer yaitu tentang komunikasi yang ditampilkan dalam media sosial instagram. Panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) yang ditampilkan di media sosial Instagram (Peristiwa, 2015).

Media memiliki peran besar dalam mendukung seseorang yang berkuasa. Media juga bisa dikatakan aktor politik, selain itu bekerja sebagai alat komunikasi politik. Media merupakan sebuah institusi dan aktor politik yang memiliki hak-hak. Media dapat memainkan berbagai peran politik, di antaranya mendukung proses transaksi demokrasi dan menunjukkan oposisi terhadap aktor maupun partai politik. Tidak jarang tulisan di media telah mendorong masyarakat untuk ikut serta berpartisipasi. Seperti di Indonesia peran politik media telah diakui (Aminah, 2006). Kemampuan literasi media dapat dilihat dari kompetensi aktor politik terkait dalam *share* informasi yang nantinya diterima oleh pemilih pemula. Kemampuan aktor politik dalam menggunakan dan memanfaatkan media dapat dilihat dari



beberapa point yaitu memproduksi, menganalisis, dan mengkomunikasikan pesan melalui media (Kuniawati, 2016).

Sehingga Literasi media baru merupakan pemanfaatan media sosial yang digunakan aktor politik untuk bisa menyebarluaskan informasi kepada khalayak luas. Saat ini literasi media baru seperti media sosial tidak hanya di gunakan oleh masyarakat pada umumnya tetapi telah digunakan oleh aktor politik dan partai politik untuk bisa membangun citra positif , menambah partisipan dan menyebarluaskan nilai-nilai maupun aktivitas yang di lakukan oleh aktor politik maupun partai politik di media sosial (Zubaidi et al., 2020). Aktor politik dipandang sebagai individu yang berpartisipasi dalam pertunjukkan sosial yang melibatkan interaksi, komunikasi dan penampilan di hadapan publik. Aktor politik menggunakan strategi impresi (*impression management*) untuk mengelola citra. Selain itu *front stage dan back stage* yang di tampilkan aktor politik sesuai dengan ekspektasi dan tuntutan peran publik.

Selain itu aktor politik menggunakan simbol-simbol dalam komunikasi untuk membangun identitas politik yang kuat dan mendukung pesan-pesan yang di publikasikan. Simbol-simbol ini dapat berupa lambang politik, slogan, bendera, atau penggunaan warna tertentu yang terkait dengan partai atau Gerakan politik. Selain itu penggunaan Bahasa dan gaya komunikasi yang digunakan di Media Sosial juga merupakan bagian penting dari *impression management*. Aktor politik dapat menggunakan Bahasa persuasive, emosional, bahkan teknis sesuai dengan tujuan dalam membentuk citra yang di inginkan.

Salah satu contoh panggung depan dan panggung belakang aktor politik Helmi Hasan yang merupakan Walikota Bengkulu, berdasarkan observasi awal dengan mengamati secara langsung dari akun Instagram @Helmihasan, dimana interaksi yang terjadi di media sosial Tiktok merupakan panggung depan (*front stage*). didapatkan bahwa setiap hari akan ada informasi yang disebarluaskan, baik itu melalui status, *video*, maupun foto kegiatan serta interaksi yang terlihat pada status akun tiktok Walikota Bengkulu. Ada simbol yang selalu di tampilkan dengan menampilkan karakter atau tipe pemimpin yang agamis, dibuktikan dengan status atau teks yang tertulis di setiap ujung kalimat yaitu “beri kami hidayah ya Rabb”. Artinya bahwa simulasi-simulasi yang disebarluaskan di media sosial Instagram merupakan panggung depan (*front stage*), memiliki ciri atau tipe seorang pemimpin yang menonjolkan religius dan pemimpin yang agamis. Sehingga dari informasi yang disebarluaskan, membuat khalayak atau masyarakat luas tahu setiap aktivitas positif yang di *share* melalui video, foto dan status yang ada di Tiktok.

Aktivitas dan informasi yang di dapatkan dapat menambah partisipan dengan dibuktikan secara data *follower* 83.4 ribu pengikut. Selain itu Komentar yang di berikan kebanyakan dari generasi milineals atau bisa dikatakan pemilih pemula yang tertarik dengan gaya kepemimpinan. Ada yang menarik dari semua yang di *share* akun @helmihasanchannel di Tiktok mencoba untuk membangun pemimpin yang memiliki tipe agamis terlihat dari setiap postingan di status selalu menggunakan kata-kata “beri hidayah ya Allah, Terimakasih ya Allah”. Artinya terdapat tipe-tipe dari aktor politik dalam membangun citra positif di media sosial.

Berdasarkan observasi awal pada tanggal 12 November 2022 kepada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu dengan kategori pemilih pemula usia 17-20 tahun yang mencari informasi mengenai aktor politik Media Sosial. Pencarian informasi mengenai aktor politik terutama aktor politik di Kota Bengkulu dimaksudkan untuk mengetahui perkembangan dan progres dari program yang telah di kampanyekan sebelum menjabat di pemerintahan. Sebagai contoh informan mengamati akun Tiktok @helmihasalchannel yang menjadi Walikota Bengkulu. Setiap kegiatan yang di *share* mendapatkan masukan dan respon dari khalayak. Sehingga Ketika ada yang tidak sesuai, bisa secara langsung di respon melalui status, video dan feed yang di *update*.

Aktor politik Helmi Hasan Sebagai Walikota Bengkulu mencoba untuk mempublikasikan semua kegiatan melalui media sosial. Salah satu Media Sosial yang digunakan adalah tik tok. Semua kegiatan di *share* melalui video dan foto yang secara langsung dapat dilihat oleh khalayak luas. Semua kegiatan yang di tunjukkan mampu menciptakan citra positif dan terciptanya brand image yang positif, pemimpin yang berwibawa dan mampu memahami kebutuhan rakyat. Semua program yang di kampanyekan pada saat pencalonan dapat di *share* secara cepat kepada khalayak tentang pelaksanaan dan tercapainya program yang dicanangkan.

Program yang telah terealisasi seperti samisake, BPJS gratis , 1000 Jalan Kota mulus semua disebarluaskan dengan cepat melalui media sosial. Penyebaran Informasi ini memberikan dampak yang positif bagi aktor politik, terbukti dari bertambahnya simpatisan , followers dan komentar yang positif dari khalayak. Artinya bahwa semua kegiatan yang disebarluaskan sulit sekali untuk bisa

membedakan semua kegiatan yang di post di media sosial tulus di lakukan oleh pimpinan atau sebuah pencitraan belaka. Karena semua yang di share mampu menggiring opini khalayak untuk berfikir positif dan membangun brand image yang positif di masyarakat.

Sama halnya yang dilakukan oleh Gubernur Bengkulu melalui akun Instagram @rohidin.mersyah menampilkan semua kegiatan yang dilakukan baik di Kota Bengkulu ,maupun yang ada di daerah-daerah seperti kecamatan dan kabupaten. Semua kegiatan di publikasikan melalui Media Sosial Instagram. Namun ada yang menarik dari panggung depan (Front Stage ) semua tersusun dengan rapi dan indah, mulai dari pengambilan gambar, Bahasa yang digunakan dalam melengkapi gambar/foto/video, semua di publikasikan melalaui Media Sosial Instagram. Tidak jarang komentar positif terlontar setiap kali konten di upload di Media Sosial. Namun ada juga komentar yang bernada negatif.

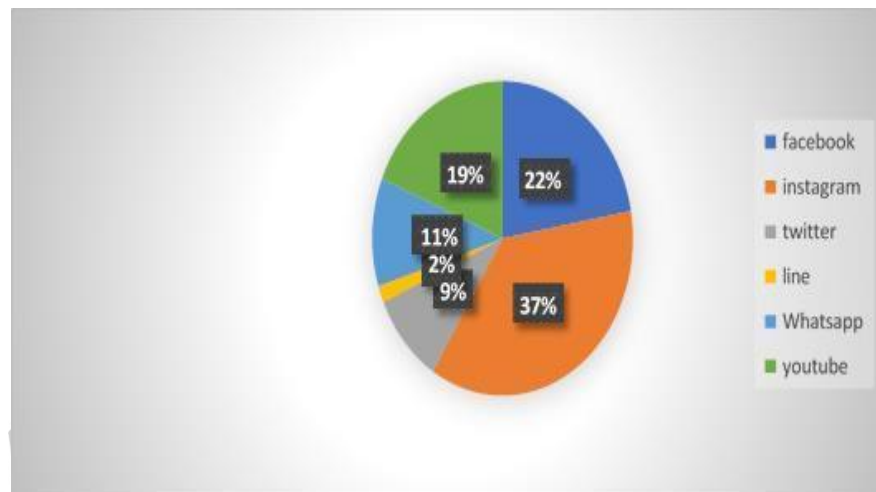
Aktor politik mengemas pesan di media sosial melalui status, video dan foto yang di unggah. Menggunakan simbol-simbol yang menyakinkan masyarakat seperti (penggunaan sorban, tongkat, celak mata). Selalu mengupload video dan foto dengan Warna pakaian mendominasi sesuai dengan asal partai . Adanya penggunaan tagline seperti “Beri Hidayah Ya Rabb” dari postingan yang di upload di media sosial. Penggunaan warna tagline sesuai asal partai. Dominasi Foto dan video dengan Menggunakan baju batik basurek sebagai bentuk cinta produk lokal. Semua ini di tampilkan aktor politik di panggung depan (*front stage*). Tetapi yang di tampilkan di panggung depan (*front stage*) berbeda di panggung belakang aktor politik .

Simbol-simbol yang digunakan di front stage seperti tongkat, celak mata dan tag line yang sering di post tidak muncul Ketika berada di panggung belakang. Penggunaan pakaian yang di gaungkan untuk di gunakan terus menerus dan membangun cinta produk lokal tidak di gunakan setiap hari. Ketika panggung belakang peran sebagai ayah, sebagai suami Ketika di rmah Penggunaan pakaian justru lebih santai. Seperti kaos, penggunaan topi santai. Bahkan symbol-symbol seperti celak, tongkat dan penggunaan peci atau topi tidak digunakan Ketika berinteraksi di panggung belakang.

Media Sosial merupakan konten daring yang dibuat menggunakan teknologi dengan penerbitan yang sangat mudah untuk diakses dan terukur. Aspek penting dalam teknologi ketika adanya pergeseran cara mengetahui khalayak, mencari informasi serta menyebarkan informasi (Politik et al., 2019). Instagram adalah salah satu Media Sosial yang banyak digunakan oleh aktor politik dalam mengkampanyekan diri maupun partai politik. Instagram dapat menyimpan dan berbagi moment melalui foto, video, *instastory*, *feed*, status kepada khalayak. Selain itu Instagram juga dilengkapi dengan *feedback* melalui komen oleh khalayak. Komen berfungsi untuk mengekspresikan pendapat terhadap *post* yang dilakukan oleh aktor politik *baik itu berupa video, foto, status* dan lainnya (Dhara et al., 2020)

Observasi awal yang peneliti lakukan pada tanggal 11 November 2022 dengan membagikan kuesioner kepada 117 informan yang berasal dari Universitas Muhammadiyah Bengkulu, usia 17-20 Tahun. Tentang media apa yang paling banyak digunakan pemilih pemula di Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

**Gambar 1.1 Sumber Informasi Mengenai Aktor Politik**

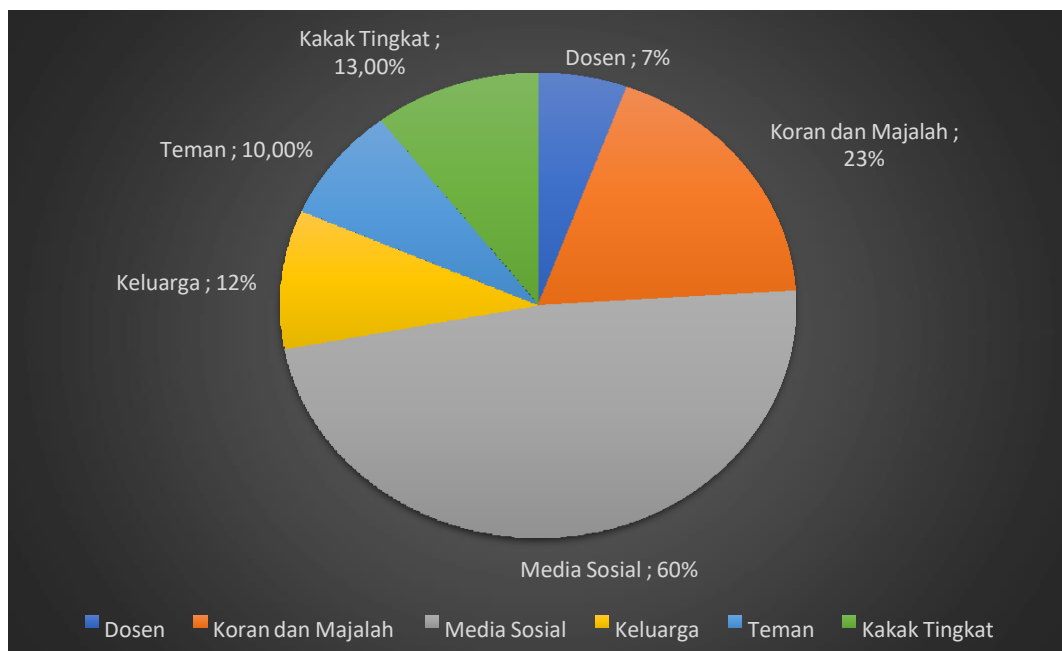


Sumber : Penelitian

Hasil diagram diatas menunjukkan bahwa media yang paling banyak digunakan pemilih pemula di Universitas Muhammadiyah Bengkulu adalah Instagram dengan persentase 37% dari 117 orang, urutan kedua yaitu facebook dengan persentase 22% , urutan ketiga yaitu Youtube dengan persentase 19%, selanjutnya urutan ke empat yaitu whatsapp sebanyak 11%, urutan ke lima yaitu twitter dengan persentase 9%, dan terakhir media sosial yang digunakan yaitu Line dengan persentase 2%.

Pertanyaan selanjutnya dari kuesioner yang peneliti sebarakan dengan mengerucut yaitu media sosial Instagram yang digunakan pemilih pemula dalam mencari dan mendapatkan informasi mengenai aktor politik dari beberapa sumber seperti dosen, koran, majalah, keluarga, media sosial , teman dan kakak tingkat maka dapat dilihat pada persentase di bahwa ini :

**Gambar 1.2. Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan Pemilih Pemula**



Sumber : Penelitian

Pada diagram diatas menjelaskan bahwa informan diminta untuk memilih sumber dalam mencari informasi mengenai aktor politik . observasi awal dengan membagikan kuesioner kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu menunjukkan bahwa media sosial menjadi urutan pertama sebagai sumber dalam mendapatkan dan mencari informasi mengenai aktor politik dengan persentase 60%, Posisi Kedua dalam mencari dan mendapatkan informasi mengenai aktor politik yaitu Koran dan majalah dengan persentase 23%, Posisi ketiga dalam mencari dan mendapatkan informasi mengenai aktor politik yaitu Kakak tingkat dengan persentase 13%, Posisi ke empat yaitu keluarga dengan persentase 12%, Posisi kelima yaitu Teman dengan persentase 10%, dan Posisi terakhir yaitu Dosen dengan persentase 7%.

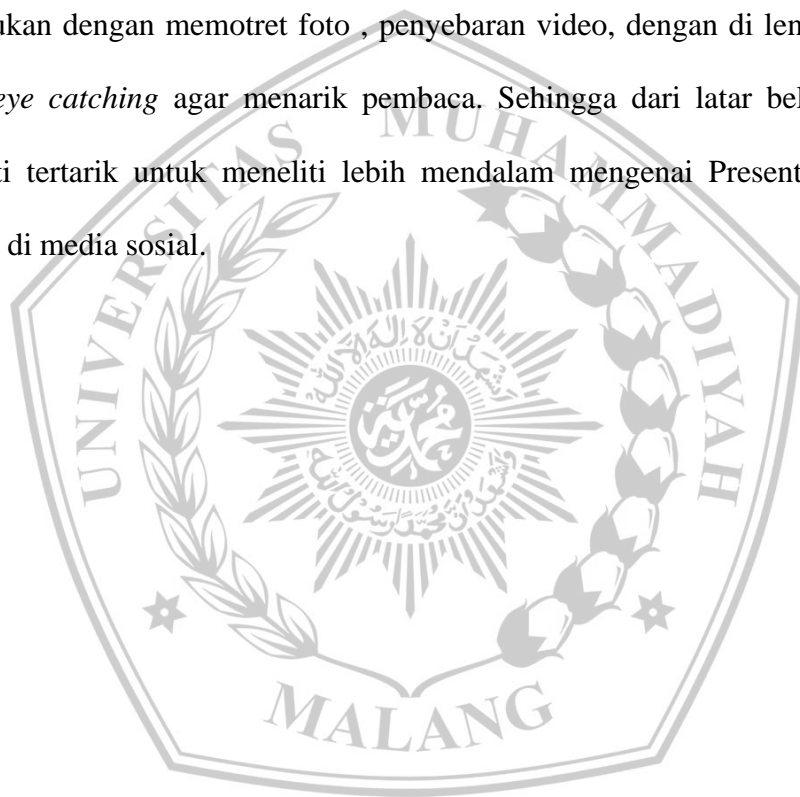
Informasi yang di dapatkan di media sosial mengenai aktor politik lebih banyak dan lebih mudah untuk di dapatkan. Sehingga dari penyebaran kuesioner kepada informan dengan dilengkapi wawancara kepada beberapa informan di dapatkan bahwa dengan adanya informasi yang diberikan aktor politik baik itu dari akun aktor politik maupun partai politik dengan menyebarkan informasi melalui *status, feed, instastory* dan foto di akun masing – masing aktor politik di media sosial Instagram dapat memberikan gambaran secara detail mengenai kandidat yang akan di pilih. Sehingga hiperrealitas yang diciptakan oleh aktor politik mampu menggiring dan menciptakan citra positif dari aktor politik .

Memperkuat data di atas, maka peneliti melakukan wawancara kepada informan bahwa tidak hanya melalui *instastory, feed, status, video* dan foto tetapi berdasarkan keterangan dari informan menjelaskan bahwa komentar dari setiap netizen akan menstimulus pemilih pemula untuk berfikir dan memberikan citra positif maupun negatif terhadap aktor maupun kandidat yang akan maju. Berdasarkan observasi awal penelitian menjelaskan bahwa informan kesulitan dalam membedakan informasi yang benar dan hanya yang bersifat semu. Karena semua aktivitas yang dibagikan mencoba untuk membangun *framing* yang positif, calon pemimpin masa depan yang bertanggungjawab, pro rakyat dan mencoba untuk menggiring khalayak untuk memilih dan menjadi followers dari aktor politik yang di publikasikan.

Memperkuat data, maka peneliti melakukan wawancara kepada informan pada tanggal 15 November 2022 kepada mahasiswa Univeristas Muhammadiyah Bengkulu menjelaskan bahwa, berbagai informasi yang di sebarluaskan membuat khalayak sulit untuk membedakan apakah ini benar-benar nyata, tulus ikhlas dari aktor politik atau sekedar pencitraan belaka.



Fenomena aktor politik di Media Sosial telah menjadi bagian dari gaya hidup. Penyebarluasan semua aktivitas di media sosial Instagram merupakan ruang terbaik. Dalam pelaksanaannya semua aktivitas aktor politik di Media Sosial Instagram sebagai panggung depan (*front stage*) yang dianggap dapat menggiring citra positif, pembentukan identitas dan penggiringan opini publik. Penyebarluasan informasi aktor politik melalui Instagram menjadi sebuah gambaran atau citra yang melambangkan eksistensi dan citra positif dari aktor politik. Dalam hal ini simulasi dilakukan dengan memotret foto, penyebaran video, dengan dilengkapi caption yang *eye catching* agar menarik pembaca. Sehingga dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih mendalam mengenai Presentasi diri aktor politik di media sosial.



## B. Rumusan Masalah

Media Sosial tidak hanya digunakan sebagai alat untuk mendistribusikan pesan ataupun informasi tetapi juga digunakan sebagai alat untuk membangun jaringan pertemanan dan dukungan secara virtual. Media Sosial juga digunakan sebagai panggung depan (*front stage*) untuk menyampaikan pesan politik di Media Sosial kepada khalayak meliputi kebijakan-kebijakan, aturan-aturan serta informasi-informasi melalui video, foto dan *caption* serta *mention* yang mampu mendatangkan *followers* atau pendukung. Selanjutnya Media Sosial memiliki peran yang sangat besar dalam mendukung seseorang yang sedang berkuasa. Simulasi dilakukan dengan berinteraksi dengan khalayak, melalui foto, penyebaran video, dengan di lengkapi *caption* dan *mention* agar informasi mengenai aktor politik tersebar luas.

Tidak hanya panggung depan, tetapi panggung belakang (*back stage*) juga menjadi perhatian peneliti, karena panggung belakang adalah panggung yang sulit untuk di jangkau dan di ketahui. Sehingga Penelitian ini menganalisis mengenai Presentasi diri aktor politik di Media Sosial baik panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Presentasi diri aktor politik di panggung depan (*fornt stage*) ?
2. Bagaimana Presentasi diri aktor politik di panggung depan (*front stage*) Media Sosial?
3. Bagaimana Presentasi diri aktor politik di panggung belakang (*back stage*)?

### C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana interaksi yang terjadi di Media Sosial pada Akun Instagram @rohidin.mersyah dan Akun Tik Tok @helmihasanchannel) baik yang terjadi di panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*Back stage*) yang terlihat dari presentasi diri aktor politik di Media Sosial :

1. Menganalisis presentasi diri aktor politik di panggung depan (*front stage*).
2. Menganalisis presentasi diri aktor politik di panggung depan (*front stage*)  
Media Sosial
3. Menganalisis presentasi diri aktor politik di panggung belakang (*back stage*).

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat dilihat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsi keilmuan di bidang sosiologi komunikasi, karena membahas presentasi diri aktor politik di Media Sosial pada akun Instagram @rohidin.mersyah dan Akun Tik Tok @helmihasanchannel). Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsi keilmuan di bidang *new* media terutama alat yang digunakan yaitu Media Sosial yang digunakan sebagai alat untuk bisa menyebarkan presentasi diri di Media Sosial.

## 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis, temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat membantu para pihak yang berkepentingan untuk mendapatkan pedoman praktis yang dapat difungsikan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam penggunaan Media Sosial. Selain itu penelitian ini diharapkan bisa di jadikan referensi bagi aktor politik untuk lebih memanfaatkan Media Sosial sebagai : 1. Strategi Kampanye dan promosi yang lebih efektif , 2.Peningkatan Keterlibatan pemilih dan jangkauan khalayak melalui Media Sosial, 3. Pembentukan citra yang lebih baik serta alat promosi

### E. Definisi Konsep

Batasan konsep pada penelitian ini digunakan untuk lebih fokus pada aspek-aspek spesifik dari presentasi diri aktor politik di media sosial. Adapun definisi atau Batasan konsep dalam penelitian ini adalah :

1. Presentasi Diri : Proses dimana individu berusaha mengendalikan kesan yang orang lain bentuk tentang mereka dalam interaksi sosial. Batasan nya berfokus pada Tindakan dan strategi aktor politik yang dilakukan secara sadar dan sengaja oleh aktor politik di media sosial.
2. Aktor politik : Individua tau kelompok yang memiliki peran atau pengaruh dalam proses politik , termasuk politisi, pejabat pemerintah, kandidat atau tokoh yang berpengaruh dalam bidang politik . Batasan dalam penelitian ini adalah subjek penelitian pada aktor politik yang aktif menggunakan media sosial untuk tujuan politik.
3. Media sosial : Platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi dan berinteraksi dengan konten serta membangun jaringan sosial online. Fokus pada Platform media sosial tik tok dan Instagram yang di gunakan oleh aktor politik di konteks penelitian.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh C. Holtz dengan judul *Strategic Political Authenticity: How Populists Construct an Authentic Image* pada tahun 2022. Penulis membahas hubungan antara populisme dan keaslian di era kontemporer. Penulis berargumen bahwa bagi kaum populis, keaslian lebih dari sekadar strategi membangun citra dan sebaliknya digunakan secara strategis untuk mempertahankan hubungan emosional yang kuat dengan para pendukungnya yang melampaui kampanye pemilu. Bab ini juga mengkaji munculnya gaya populis yang berbeda (kebersahajaan, provokasi, keakraban) yang digunakan untuk menentang kelas politik yang sudah mapan. Gaya ini sering direpresentasikan dan dirayakan melalui media sosial dan semakin mendefinisikan apa yang dimaksud dengan otentisitas dalam ranah politik (Holtz-Bacha, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh *J.Bronstein, N.Aharony* pada tahun 2018 dengan judul *Politicians' use of Facebook during elections*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami penggunaan *Facebook* oleh para pemimpin partai Israel selama periode pemilihan umum dengan memeriksa empat elemen: jenis bahasa persuasi Aristoteles; tingkat keterlibatan online yang diukur dengan tiga jenis umpan balik yang berbeda: suka, komentar, dan berbagi; penggunaan elemen personalisasi sebagai strategi keterlibatan; dan fitur kejelasan yang digunakan dalam postingan (teks, foto, dan video). Desain/metodologi/pendekatan Semua postingan dari halaman Facebook sepuluh pemimpin partai Israel dikumpulkan selama 45 hari

sebelum pemilihan umum 2015. Jumlah postingan, suka, komentar, dan berbagi di setiap postingan dicatat dan data dianalisis untuk mencari elemen persuasi Aristotelian dan keterlibatan online dengan para pengguna. Temuan Dominasi kesedihan adalah elemen yang menonjol dalam data yang menunjukkan kebutuhan para politisi untuk menciptakan aliansi afektif dengan publik dan itu adalah elemen yang menghasilkan jumlah like, share, dan komentar yang lebih tinggi. Hanya beberapa hubungan yang ditemukan dan ini tidak menunjukkan hubungan yang jelas antara penggunaan multimedia dan keterlibatan media sosial. Sifat interaktif, terbuka, dan bebas dari situs jejaring sosial berkontribusi pada perkembangannya sebagai jenis podia politik baru yang memungkinkan para politisi untuk menghasilkan jenis komunikasi politik yang berbeda. Alih-alih menggunakan situs-situs ini sebagai platform untuk menyebarluaskan ide, rencana, dan strategi mereka, para politisi memfokuskan interaksi mereka dengan para (Bronstein et al., 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Jauza Alayya (2022) dengan judul "*Literature Review on Political Communication Practices in the Digital Age*" menjelaskan bahwa media dan teknologi komunikasi telah merubah pola komunikasi, interaksi antarpersonal bahkan sosial politik. Perkembangan media dan teknologi tidak hanya membawa perubahan, dalam perkembangannya kemajuan teknologi terkhusus media digital berperan penting dalam kegiatan demokrasi dan politik di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam kegiatan komunikasi politik menjadi tren dan penggunaan media digital signifikansi meningkat terus menerus dari waktu ke waktu. Penggunaan media sosial dalam komunikasi politik berpengaruh dan

membrikan keuntungan baik kepada aktor politik maupun public. Penggunaan media sosial dalam politik komunikasi menghadirkan perhatian lain seperti fenomena kampanye hitam, penyebaran hoax, ujaran kebencian , hingga polarisasi yang membutuhkan perhatian dan penanganan khusus (Alayya, 2022).

Media sosial telah muncul sebagai media penting yang digunakan oleh para aktor politik untuk memperkuat pengaruh di masyarakat. Aktor politik menggunakan media sosial secara efektif untuk mencapai tujuan politik sambil terus mendorong batas-batas Tindakan diskursif ke mode ekstrim. Penggunaan media sosial dalam komunikasi politik aktivitas tersebut antara lain disebabkan oleh karakteristik media sosial yang memiliki batas rendah dan bersifat mudah digunakan. Media sosial menyediakan akses informasi yang memudahkan public atau khalayak online untuk memantau dan mengikuti pergerakan politik yang dilakukan oleh aktor politik dan partai politik. Tidak hanya itu semakin banyaknya interaksi dalam diskusi dan berbagai informasi di jaringan mereka , maka akan memperkuat dukungan dari partisipan, *followers* dan khalayak yang melihat dari informasi yang disebarluaskan melalui media digital (Alayya, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati (2022) dengan judul *“Representation of Political Actor's Identity in Social Media (Analysis on Instagram accounts of Anies Baswedan, Ridwan Kamil and Ganjar Pranowo)”*. Berdasarkan hasil penelitian di dapatkan bahwa Internet telah mempengaruhi pola pada banyak platform online atau penggunaan aplikasi oleh masyarakat Indonesia untuk aktualisasi diri. Instagram adalah salah satu sosial paling populer platform media yang memungkinkan pengguna untuk menampilkan gambar atau video berdurasi pendek disertai dengan teks pendek mengungkapkan pesan yang

disampaikan. Instagram juga menjadi platform yang banyak digunakan oleh publik figur, termasuk kepala daerah. Tiga yang paling populer adalah Anies Baswedan, Ridwan Kamil dan Ganjar Pranowo yang dianalisis dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber data bersumber dari konten yang diunggah di akun Instagram ketiga tokoh yang kemudian dianalisis menggunakan teori komunikasi tentang identitas oleh Michael Hecht.

Analisis hasil penelitian menunjukkan adanya Ada empat tingkatan identitas yang dimiliki oleh individu, yaitu lapisan personal, lapisan *enactment*, lapisan relasional dan komunal dalam dimensi Subjektif dan aktor politik berbasis pada konten yang diunggah di akun Instagram mereka. Dalam hal dimensi Subjektif tiga tokoh memiliki identitas yang sama, misalnya berpenampilan optimis, memiliki etos kerja yang tinggi, dan memiliki hubungan baik dengan banyak orang. Namun ada juga beberapa perbedaan, contohnya Anies Baswedan cenderung tidak tanggap terhadap komentar publik, sedangkan Ridwan Kamil dan Ganjar Pranowo sebaliknya sangat interaktif. Media sosial telah menjadi saluran terbaru yang memfasilitasi proses komunikasi dan aktualisasi diri bagi setiap orang yang terhubung dengan jaringan internet. Dengan 202 juta penduduk Indonesia terhubung ke internet, dengan mengakses media sosial sebagai aktivitas utama mereka, wajar saja jika berMedia Sosial merupakan platform yang sangat diperhatikan oleh figur publik. Instagram adalah salah satu yang paling populer media sosial di Indonesia. Oleh karena itu, banyak tokoh publik, termasuk aktor politik, yang mencoba merebutnya perhatian publik melalui Instagram. Tiga tokoh publik saat ini menjabat sebagai yang paling populer kepala daerah di Instagram adalah Anies Baswedan, Ganjar Pranowo dan Ridwan Kamil. Yang diunggah foto



dan video dari tiga akun terverifikasi dianalisis menggunakan teori komunikasi identitas oleh Michael Hecht.

Ada empat tingkatan atau lapisan dalam menunjukkan identitas oleh individu, yaitu lapisan personal, lapisan aktivasi, relasional dan komunal, keempat lapisan ini termasuk dalam dua dimensi, yaitu Dimensi Subyektif dan Dimensi Diberikan. Pada umumnya konten yang diunggah para pelaku politik tersebut tampak menunjukkan identitasnya masing-masing. Gaya foto, video, narasi masing-masing karakter konten yang diunggah memiliki ciri khas tersendiri yang menjadi representasi identitas. Misalnya, Anies Baswedan terlihat sangat serius dan formal di hampir semua unggahannya, sedangkan Ridwan Kamil dan Ganjar Pranowo tampil lebih merakyat dan humoris. Dari tanggapan masyarakat, Anies Baswedan sepertinya memiliki beberapa akun yang sangat mendukungnya sehingga mereka tampak fanatik, tetapi baik Ridwan Kamil maupun Ganjar Pranowo memiliki hal yang sama. Empat lapisan identitas yang dijelaskan dalam penelitian ini saling berhubungan satu sama lain sehingga ditemukan perbedaan representasi identitas dari dua dimensi pada teori komunikasi identitas (Kurniawati, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Krisnawati (2020) dengan judul *“Dramaturgical Analysis of Vlogger’s Impression Management on Social Media”*. Disimpulkan bahwa Kehadiran media sosial tidak hanya digunakan oleh seseorang untuk berkomunikasi orang lain tetapi juga untuk menampilkan diri dengan tujuan tertentu. Penampilan dari selebgram dan vloggers telah menunjukkan bahwa media sosial adalah tempat untuk menunjukkan diri di depan orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan kesan vlogger dalam akun “Kumit Project” di media sosial dengan menggunakan dramaturgi mendekati. Unit

observasi dalam penelitian ini adalah akun Proyek Kunit di Instagram dan Youtube. Penelitian deskriptif kualitatif ini menggunakan Erving Pendekatan analisis dramaturgi Goffman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat dipanggung depan, Kunit Project, melalui aktornya Madkucil dan Cimit, tampil manajemen kesan untuk menciptakan kesan pada audiens mereka. Sementara di dibelakang panggung, Kunit Project adalah tim dengan aktor Madkucil dan Cimit, yang hubungan sebagai kekasih digambarkan sebagai panggung depan. Drama yang mereka dimainkan di panggung depan adalah gambaran nyata seperti yang dibelakang dengan tambahan pengaturan latar belakang untuk menambah dramatisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Ari Rohmawati dkk pada tahun 2021 dengan judul *“Portrait of Social Interaction among the Vilagers in the Perspective of George Herbert Mead’s Symbolic Interactionism Theory”*. Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa potret interaksi sosial yang terjadi antara penduduk desa dalam perspektif George Herbert Mead’s dengan menggunakan teori interaksionalisme simbolik dan untuk menentukan faktor yang mendukung interaksi sosial antara warga desa. Bentuk sosial interaksi yang terjadi antara warga desa Restu Buana dengan Bumi Nabung Warga Desa Ilir berbentuk gotong royong ( dalam bentuk perdagangan/jual beli antar desa, persahabatan), Kedua dalam bentuk asosiatif -akomodatif (yaitu dengan cara mediasi oleh pemuka agama), Ketiga, bentuk dari disosiasi -kontravensi yang dimanifestasikan oleh perasaan kebencian. Keempat, yang berupa persaingan disosiatif semacam itu sebagai persaingan perekonomian. Faktor-faktor yang mendukung interaksi sosial adanya saling toleransi antar warga. Serta saling menguntungkan serta adanya apresiasi terhadap budaya masyarakat desa lainnya (Ari Rohmawati<sup>1</sup>, Meiwatizal

Trihastuti<sup>2</sup>, Anis Suryaningsih<sup>3</sup>, 2021)

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2016) dengan judul “ *The Politics Of Innovative Self Presentation: The Case Study Of Dramaturgical Political Marketing In East Java, Indonesia*”. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi adalah Kekuatan dramaturgi pemasaran politik yang inovatif ada pada diri sendiri, bukan peran seorang aktor. Ada seorang aktor yang memainkan peran mempesona, namun ketika peran itu dimainkan oleh aktor lain, tiba-tiba tersihir hilang. Oleh karena itu, kekuatan dramaturgi sebenarnya adalah milik para aktornya, bukan peran. Peran dapat diganti, karena yang terpenting tidak peran, tetapi kinerja aktor, presentasi diri yang inovatif oleh aktor untuk memainkan peran. Penelitian ini menemukan bahwa positioning panggung depan dan panggung belakang memiliki hubungan yang berlawanan, memang, panggung belakang para aktor mungkin berubah menjadi panggung depan, proses balik atau perubahan ini tidak terus menerus dilakukan oleh aktor internal atau rekan satu tim, bagaimanapun perubahan atau Proses pembalikan dilakukan oleh aktor atau penonton eksternal, di luar kerja tim.

Adanya panggung baru yang disebut *quasi stage*, panggung milik aktor dan penonton yang tidak berperan dalam peristiwa dramaturgis, namun dalam peristiwa tertentu Saat ini tahapan ini menciptakan perannya sendiri yang mampu membalikkan yang sudah disiapkan "merencanakan". Panggung semu ini berbeda dengan panggung luar yang dilihat terus teori dramaturgi. Pergeseran tujuan manajemen kesan juga ditemukan, sebelumnya bertujuan untuk menciptakan kesan yang baik kepada penonton, namun pada akhirnya menjadi buruk Kesan muncul, sehingga terjadi ketidakjelasan antara representasi diri inovatif pelaku nyata dan

imitasi. Presentasi diri menjadi alat bagi para aktor untuk mewujudkan tujuan politik secara intensif presentasi diri dilakukan secara simbolis untuk menggalang dukungan dari masyarakat. Penguatan diri seorang aktor dilakukan dengan cara menciptakan kesan diri. Presentasi diri dimulai dari berbasis identitas dan berbasis minat. Adanya marketing politik membawa implikasi yang serius terhadap pertumbuhan demokrasi. Ada dua asumsi tentang hal itu. Pertama, Anggapan datang dari orang-orang yang mencemooh marketing politik praktik. Kedua, asumsi berasal dari orang yang mengamalkan dan menerapkan pemasaran politik; argumen mereka adalah untuk memenuhi apa yang diinginkan masyarakat, sehingga mereka berkontribusi untuk meningkatkan kualitas pemilihan umum (Wahyudi, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Sufyanto (2013) dengan judul *The Dramaturgy of Political Advertisement in General Election in East Java Indonesia*. Iklan politik berdasarkan teori panggung belakang Erving Goffman digunakan oleh aktor politik semata-mata untuk mendapatkan simpati dalam upaya untuk terpilih dalam pemilihan umum dan itu tidak mewakili rekam jejak secara keseluruhan aktor politik. Kesimpulan tersebut didasarkan pada temuan yang menempatkan keberadaan iklan politik sebagai sesuatu yang populer budaya dan kecenderungan politik. Dalam budaya politik populer, iklan politik digunakan oleh para aktor politik untuk mempopulerkan diri melalui visi, misi dan janji yang disampaikan kepada pemilih, serta melalui citra mereka dirancang sesempurna mungkin dalam panggung iklan politik. Mengenai tren politik, iklan politik digunakan oleh para aktor politik untuk berpartisipasi dalam kebiasaan politik yang sedang berlangsung dengan cara meniru mereka idola politik dan pesan populer, tanpa mampu melaksanakan komitmen pribadi aktor politik di cara yang jujur.

Implikasi sosial yang ditimbulkan dari adanya iklan politik oleh para aktor politik adalah adanya iklan politik tidak diterima secara positif oleh pemilih. Nyatanya, bukannya bersimpati pada aktor politik yang mengiklankan dirinya, pemilih menjadi antipati terhadap aktor politik tersebut. Kesimpulan ini didasarkan pada analisis panggung belakang Erving Goffman, di mana pemilih menganggap iklan politik sebagai sarana membuat selebriti dan kepura-puraan. Dalam selebriti politik, iklan politik hanya untuk memperkenalkan dan mempopulerkan para aktor sosial. Implikasi sosial dari selebriti politik adalah pandangan publik yang hanya bisa dibuat oleh aktor politik janji tanpa bisa menepatinya. Dalam arti kepura-puraan, iklan politik hanya dipandang sebagai bentuk kepura-puraan yang dilakukan oleh aktor politik. Sebagai bentuk kepura-puraan, aktor politik bisa memainkan peran apa saja. Itu artinya Melalui iklan politik, aktor politik dapat tampil sesuai dengan yang diinginkan, meskipun tidak dalam sesuai dengan kepribadian mereka yang sebenarnya (Sufyanto, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Martini (2019) dengan judul “ *Student First-Time Voters’ Perception in Jakarta Toward Election System in Indonesia: Through Their Participation in Election* “. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Martini bahwa : Pemilihan umum merupakan mekanisme umum dalam sistem politik demokrasi yang diadopsi oleh 237 geografi di seluruh dunia. Indonesia telah berkomitmen untuk menerapkan demokrasi sejak pemilihan umum pertama tahun 1955. Dalam sistem demokrasi pemilih pemilih memegang peran yang sangat penting sebanyak 5 juta pemilih pada Pemilu 2019.

Mayoritas pemilih pemula adalah mahasiswa tahun pertama. Kelompok terpelajar ini tidak hanya sering dipandang sebagai panutan bagi rekan-rekan yang

lebih besar, kelompok yang berpartisipasi dalam sistem politik, tetapi juga mewakili bangsa dalam menentukan pemimpin masa depan, sehingga partisipasi mereka dalam politik sangat penting untuk kelangsungan masa depan dari sistem politik. Hal inilah yang menjadi alasan utama dilakukannya penelitian dalam pengukuran persepsi dan partisipasi pemilih pemula. Studi serupa telah diambil tempat, khususnya di Jakarta, namun perbedaan utama dalam penelitian ini berkaitan dengan pengukuran persepsi dan partisipasi menggunakan mix method dengan analisis kualitatif pada akhirnya (Martini et al., 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Rehan Tariq (2022) dengan judul “ *Political Participation of Young Voters: Tracing Direct and Indirect Effects of Social Media and Political Orientations*”. Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa Partisipasi politik di Pakistan diperkirakan akan meningkat karena demokrasi yang sangat besar diakibatkan dari potensi media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini menggambarkan hasil sampel Pakistan ( $n = 410$ ) tentang peran media sosial dalam mempengaruhi partisipasi politik di platform online dan offline. Lima variabel diperiksa menggunakan partial least squares (PLS) untuk melihat bagaimana pengaruhnya partisipasi politik online dan offline. Model mediasi komunikasi OSOR digunakan untuk tujuan ini. Implikasinya diperluas dengan secara bersamaan menggabungkan tiga hasil orientasi ekspresi politik, kemandirian politik, dan keberpihakan sebagai mediator. Selain itu, memasukkan kepentingan politik sebagai orientasi anteseden dan penggunaan media sosial sebagai rangsangan. Daring dan partisipasi politik luring ditempatkan di bawah tanggapan sebagai variabel endogen. Hasil temuan menunjukkan sembilan korelasi langsung dan lima korelasi tidak langsung dari sepuluh hubungan langsung dan

enam tidak langsung. Kemanjuran politik tidak memengaruhi partisipasi politik luring atau terbukti menjadi mediator di antaranya penggunaan media sosial dan partisipasi politik offline. Kami menyimpulkan dengan implikasi studi, keterbatasan, dan rekomendasi untuk sarjana masa depan (Rehan Tariq, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Ghozian Aulia Pradhana(2021) dengan judul "Hiperrealitas dari tagar #BlackLivesMatter di Media Sosial". Penelitian ini bertujuan mengungkap hiperrealitas yang tercermin dalam penggunaan tagar#BlackLivesMatter di Media Sosial". Hasil penelitian yang menjelaskan bahwa kematian seorang penduduk Afrika yaitu George Floyd yang melibatkan polisi kulit putih telah memicu demonstrasi di negara bagian Amerika serikat (AS). Isu yang diangkat yaitu mengenai rasisme , sehingga menyulut emosi menuntut keadilan. Tagar #BlackLiveMatter" menjadi trending topik di beberapa platform media sosial. Seolah-olah semua orang peduli dengan isu tersebut. Namun penelitian ini menemukan perbedaan beberapa postingan yang tidak mencerminkan atau terkait kasus tersebut. Beberapa pengguna media sosial memasang tagar meskipun substansi konten tidak terlibat. Fenomena ini kemudian memunculkan kondisi hiperrealitas dalam mempertanyakan realitas simulasi. Penelitian ini juga situs jejaring sosial memobilisasi Gerakan online meskipun tidak terkait langsung dengan #blacklivesmatter (Pradhana & Tania, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Nur laili Damayanti dan Medhy aginta hidayat (2019) dengan judul "*Hiperreality Of Social Media: A Phenomenology Study of Self Confession of Housewives of Facebook Users*". Fenomena hiperrealitas yang terjadi semakin meningkat melalui media sosial, terkhusus ibu-ibu rumah tangga di Desa Rengel. Penelitian ini menjelaskan bahwa hiperrealitas

terbentuk karena media sosial *facebook* yang digunakan ibu-ibu rumah tangga di Desa Rengel. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengenalan diri ibu rumah tangga menggunakan facebook di Desa Rengel Kabupaten Tuban. Teori yang digunakan adalah Jean Baudrillard bahwa hiperrealitas adalah gejala dari kemunculan berbagai realitas artifisial yang lebih nyata dari aslinya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan: 1. Hiperrealitas ibu-ibu terlihat dari ibu rumah tangga yang seharusnya hanya mengurus kehidupan rumah tangga sekarang eksis di media sosial facebook. 2. Ibu rumah tangga di Desa Rengel lebih gemar bermain Facebook dan menunjukkan kesehariannya melalui foto selfie, foto kegiatan sehari-hari dan membagikan status pribadi, status yang ditandai oleh pengguna facebook lainnya. 3. Melalui foto unggahan dengan menggunakan kamera cantik agar hasil terlihat sempurna dari kenyataan, lewat status facebook yang menunjukkan kehidupan sehari-hari agar mendapat tanggapan dari pengguna facebook lainnya. Melalui foto yang di unggah, pengguna facebook lainnya dapat mengetahui aktivitas ibu-ibu di Desa Rengel (Damayanti & Hidayat, 2019).

Penelitian Maria Febiana Christanti (2021) dengan judul "*Instagramable : simulation, simulacra and hiperreality oninstagram post*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna Instagram mengedit dan memoles foto serta video sehingga terlihat sempurna. Foto dan video yang di unggah disebut dengan *instagramable*. Konten yang disebarluaskan di Instagram menunjukkan keadaan runtuhnya realitas. Instagram mengambil alih realitas dengan menggantinya dengan rekayasa virtual yang dianggap lebih nyata dari kenyataan sebenarnya. Pembentukan imajinasi karena konten di *share* berkali-kali. Hubungan media sosial



dan individu sangat kompleks.pembentukan imajinasi karena konten penciptaan dilakukan berkali-kali. Tanda yang disebarlaskan terbentuk jauh dari kenyataan. Hasil penelitian dengan menggunakan pemikiran Jean Baudrillard dengan menggunakan empat tahap yaitu Refleksi dari realitas yang mendalam terlihat dari topeng dan mendenaturasi realitas yang mendalam, menutupi tidak adanya realitas yang mendalam, milik simulacrum murni. Tahap pertama, mengunggah foto dan video masih sama dengan asli. Tahap kedua, gambar melakukannya tidak menyerupai asli dengan menggunakan filter.Tahap ketiga, saat pengguna mulai menggunakan edit fitur dengan mengubah kontras, eksposur, kecerahan, kehangatan, sorotan dan alinnya. Tahap keempat, saat pengguna menggunakan artis filter wajah, filter topeng dan sebagainya. Simulacra menggambarkan foto dan gambar simulasi di Instagram. Pengguna hadir foto dan video “instagramable” tidak jelas tempat di mana mereka disimulasikan. Realitas Instagram adalah hasil simulasi (Christanti et al., 2021).

Penelitian Ahmad Nurcholis dan Tri Riski Putra (2019) dengan judul “Pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula pada pemilihan Presiden 2019 : Studi pada Mahasiswa FISIPOL UGM. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nurcholis dan Tri Riski Putra di dapatkan hasil bahwa media sosial semakin massif digunakan sebagai saluran informasi dalam berbagai bidang. Di bidang politik, media sosial memberikan peran yang sangat signifikan terhadap para pemilih, khususnya pemilih pemula pada pemilihan umum (Pemilu) 2019. Penelitian ini menganalisis pengaruh media sosial terhadap partisipasi pemilih pemula pada pemilihan presiden 2019 yang difokuskan kepada mahasiswa FISIPOL UGM. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif dengan

melakukan survei online melalui penyebaran google form kepada mahasiswa FISIPOL UGM. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori tentang pemilih pemula. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilih pemula aktif menggunakan media sosial dan menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama. Lebih kurang, pemilih pemula adalah pemilih yang paling berpengaruh dalam perebutan suara, khususnya melalui kampanye di media sosial. Pemilih pemula cenderung memilih pasangan yang aktif memberikan informasi lewat media sosial karena dianggap menarik dan mudah dijangkau.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nurcholis dan Tri Riski Putra dapat dilihat bahwa penyebaran informasi melalui media sosial telah banyak dilakukan oleh aktor politik. Bahkan dengan kecanggihan dunia virtual mampu menembus jarak dan waktu. Dengan mudah setiap khalayak mendapatkan informasi. Sama halnya yang dilakukan oleh pemilih pemula dalam mencari dan menganalisis informasi yang disebarluaskan aktor politik di media sosial Instagram. Penyebaran informasi dapat diakses setiap saat, bahkan dalam waktu hitungan detik semua simpatisan dan followers dari aktor politik dapat mengetahui semua kegiatan yang *dishare* di media sosial Instagram.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Herlina Fitria dengan Judul Hiperrealitas dalam media sosial, Studi kasus : makan di senopati pada masyarakat perkotaan). Penelitian ini mengkaji mengenai fenomena makan di restoran yang telah menjadi gaya hidup baru. Gaya hidup baru ini dinamakan sebagai makan cantik. Kegiatan tersebut menjadi tren di kalangan anak muda khususnya yang tinggal di perkotaan seperti Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk melihat simulasi yang terbentuk. Makan cantik sebagai hiperrealitas pada

Media Sosial yang dibentuk dari simulasi . makan cantik yang disebarluaskan di media sosial adalah bentuk dari kegiatan yang ditujukan untuk memberitahu kepada khalayak luas.

Makan cantik merupakan simulasi yang sengaja dibentuk untuk menampilkan image tertentu, karena hal tersebut dapat merepresentasikan masyarakat kelas atas. Makan cantik yang disebarluaskan di media sosial tidak sesuai dengan kondisi yang nyata. Sehingga hasil penelitian yang di dapat bahwa hiperrealitas yang di perlihatkan di Media Sosial yang tidak sama dengan kondisi kehidupan yang real menjelaskan dapat dikatakan bahwa telah terjadi pengaburan kelas dimana tidak adanya kejelasan dari status kelas yang dimunculkan di media sosial. Selain itu hasil penelitian menunjukkan Media Sosial saat ini tidak lagi menampilkan realitas yang sebenarnya, namun menampilkan hiperrealitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Emi Widiyanti dan Seto Herwandito dengan judul Identitas diri dan hiperrealitas dalam media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena *update* status di media sosial merupakan fenomena sosial di kalangan milenial. *Update* status yang di lakukan oleh kalangan milenial di media sosial seputar dunia kuliner. Perspektif yang terbentuk bahwa makan bukan lagi menjadi kebutuhan hidup akan tetapi telah bergeser menjadi gaya hidup bagi anak muda atau kalangan milenial. Berbagai foto seputar kafe atau tempat makan yang disajikan di media sosial menjadi suatu hal yang penting. Penyebarluasan di media sosial tentang makan dimana , di deskripsikan sedemikian rupa dengan menjelaskan makan apa dan di mana tempat makan. Sehingga dari deskripsi yang di *share* di media sosial seolah-olah anak muda tau kalangan milenial ingin menunjukkan status sosial.

Artikel ini membahas bagaimana fenomena memperbarui status kuliner di kalangan anak muda dengan tampil di bentuk *update* status. Dengan menggunakan teori dari Jean P. Baudrillard dengan menghubungkan hiperrealitas. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan Teknik analisis data dengan cara wawancara mendalam dengan total partisipan 10 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial digunakan anak muda kalangan milenial sebagai ruang untuk mengekspresikan diri pengganti tatap muka. Dampak negatifnya adalah munculnya masyarakat konsumtif. Sedangkan dampak positifnya adalah menggerakkan perekonomian suatu daerah dengan meningkatnya konsumsi masyarakat dengan makan di tempat-tempat kuliner.

Penelitian Merri Febriana dengan judul “Hiperrealitas “endorse” dalam Instagram Studi Fenomenologi tentang dampak Media social di kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret”. Penelitian ini menjelaskan bahwa “endorse” memiliki dampak yang sangat besar seperti : 1. menunjukkan eksistensi di kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret. 2. Instagram dapat mempengaruhi pola perilaku kalangan mahasiswa Universitas Sebelas Maret. Informan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Angkatan 2017.

Pendekatan penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan tipe fenomenologi. Data utama dikumpulkan melalui teknik dokumentasi dengan screenshot terhadap akun media sosial instagram milik siswa. Sedangkan data sekunder diperoleh dari wawancara dengan informan. Uji validitas data yang digunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Data dianalisis dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil menunjukkan bahwa (1) “Endorse” dapat menunjukkan eksistensi siswa. Dalam

studi ini, Hal ini dibuktikan oleh siswa yang berlomba-lomba untuk mendapatkan banyak "endorse". pola tingkah laku siswa. Hal ini ditunjukkan dengan berbagai kegiatan dilakukan oleh peserta didik yang mengadakan kelompok promosi, selalu posting memposting kegiatan promosi di instagram mereka, melakukan perekrutaninstagram mereka.

Penelitian Dzika Fajar dengan judul “ Pemanfaatan Instagram sebagai media kampanye di era pandemic covid-19 pasangan “ARTYS” pada Pilkada Blora. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana instagram dimanfaatkan oleh pasangan “ARTYS” : Arief Rohman dan Tri Yuli Setyowati sebagai sarana kampanye pilkada di tengah pandemi covid19. Covid-19 tidak hanya berdampak kepada kesehatan saja, tetapi juga beradampak juga terhadap pendidikan, politik, budaya dan ekonomi. Selain itu juga telah menunda pelaksanaan pilkada yang mulanya akan dilaksanakan pada september 2020. Dalam tulisan ini khusus akan membahas bagaimana pesan yang disampaikan oleh akun instagram @Ariefrohman838 dan bagaimana strategi yang dilakukan kepada masyarakat karena tidak dapat bertemu secara langsung. Oleh karena itu penulis mengangkat Media Sosial instagram sebagai sarana kampanye.

## **B. KAJIAN PUSTAKA**

### **1. Presentasi Diri Aktor Politik**

Presentasi diri yang diperkenalkan oleh Erving Goffman (1959) lebih merujuk kepada proses individu yang berusaha untuk mengendalikan kesan yang dibentuk orang lain tentang dirinya. Selain itu Goffman menganalogikan bahwa presentasi diri dengan sebuah panggung pertunjukan teater, dimana individu merupakan aktor

yang memainkan peran berbeda Ketika di panggung kehidupan sosial (Goffman, 1959) Secara politik , presentasi diri merupakan sebuah strategi bagi aktor politik untuk membangun dan membentuk citra publik yang diinginkan. (Goffman, 1959). Aktor politik menggunakan berbagai strategi presentasi diri seperti menunjukkan keramahan dan empati, menampilkan diri sebagai teladan, menunjukkan kekuatan dan ketegasan. Selain itu presentasi diri yang berkembang saat ini adalah dengan menggunakan media sosial. Media sosial mengubah cara aktor politik dalam membangun presentasi diri. Platform digital telah mempermudah komunikasi dengan publik (Luckita et al., 2019).

Presentasi diri aktor politik menjadi kompleks karena banyak unsur yang di libatkan di dalam membantuk manajemen kesan pada skala yang lebih besar. Aktor Politik membentuk citra diri adalah bentuk dari mempertahankan dukungan dan mencoba untuk meraih dukungan dan simpatisan dari khalayak. Sehingga presentasi diri aktor politik merupakan fenomena kompleks yang melibatkan banyak aspek, perkembangan teknologi dan perkembangan media telah merubah cara aktor politik dalam mempresentasikan dirinya. Dari Penjelasan Goffman , dapat diketahui bahwa tujuan utama dari presentasi diri adalah untuk mempengaruhi bagaimana orang lain memandang dan meperlakukan “aktor politik” sesuai denganapa yang di tampilkan oleh aktor politik tersebut.

## 2. Publik Spare Menjadi Virtual spare

Kemajuan teknologi telah mengubah cara individu untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Interaksi yang tadinya hanya terjadi di ruang fisik berubah menjadi ruang digital yang dapat diakses oleh khalayak banyak. Ruang virtual yang terbentuk memungkinkan setiap khalayak dapat terhubung secara luas dan cepat mengenai informasi. Publikasi dan dapat berpartisipasi dalam kegiatan sosial apapun tanpa Batasan geografis. Publik *Spare* membahas pada ruang fisik yang dapat dilihat dan diakses oleh khalayak luas. Berbagai kegiatan sosial yang dilakukan dapat diakses oleh khalayak luas. Sementara *virtual spare* adalah ruang digital atau online yang memungkinkan interaksi dan aktivitas sosial tanpa kehadiran fisik (Carmona, 2021).

Konsep Ruang publik sebenarnya diperkenalkan oleh Jürgen Habermas (1962) dalam karyanya "*The Structural Transformation Of The Public Sphere*". Faktor yang mendorong terjadinya transformasi *public spare* menjadi *virtual spare* adalah globalisasi dan mobilisasi yang meningkat. Perkembangan teknologi digital dan internet, Perubahan

gaya hidup, serta keterbatasan ruang fisik. Munculnya perkembangan internet dan teknologi yang semakin maju membuat terjadinya pergeseran dalam berinteraksi, pergeseran dari yang tadinya menggunakan ruang fisik sekarang lebih banyak menggunakan ruang virtual. Ruang virtual memiliki karakteristik unik yang membedakan dari ruang fisik. Adapun karakteristiknya yaitu dapat diakses kapanpun dan di manapun. Ketika terhubung dengan koneksi internet, memungkinkan partisipasi tanpa identitas fisik, interaksi tidak harus terjadi secara real-time, dapat mengakomodasi jumlah peserta yang sangat besar. Sehingga dapat diartikan bahwa adanya transformasi dari public space menjadi virtual space merepresentasikan perubahan dalam masyarakat. Ketika berinteraksi, berdiskusi, berpartisipasi dalam ruang public. Virtual space menawarkan peluang yang belum pernah ada sebelumnya untuk keterlibatan global dan demokrasi partisipatif.

### **3. Fungsi Media Sosial Dalam Mendukung Legitimasi Politik**

Media sosial telah mengubah lanskap komunikasi politik secara signifikan. Media sosial telah menciptakan ruang publik baru. Dimana aktor politik dapat dengan mudah membentuk dan membangun legitimasi politik. Platform seperti Instagram dan tiktok menjadi media untuk aktor politik dapat berinteraksi dengan cepat dan luas kepada khalayak sasaran (Enli & Skogerbø, 2013). Media sosial digunakan aktor politik dalam mendemonstrasikan dan mentransformasikan semua informasi yang dapat diakses oleh khalayak sasaran. Tidak hanya itu media sosial memungkinkan aktor politik untuk membingkai isu-isu penting dan mempengaruhi agenda publik.

Media sosial telah menjadi instrumen penting bagi aktor politik dalam membangun dan menawarkan legitimasi digital. Platform ini menawarkan berbagai fungsi yang mendukung strategi politik. Pertama media sosial mampu



membangun citra yang di inginkan oleh aktor politik. Mampu mempresentasikan diri sebagai pemimpin yang dapat diandalkan dan dekat dengan konstituen. Kedua Keterbukaan di media sosial dapat meningkatkan kepercayaan publik. Media sosial berfungsi sebagai alat efektif untuk penyebaran informasi dan penetapan agenda yang di inginkan oleh aktor politik.

#### **4. Strategi memperoleh legitimasi politik**

Membangun citra otentik dan relatable dalam era digital yang sarat dengan skeptisisme publik, aktor politik perlu membangun citra yang otentik dan dapat direlasikan oleh masyarakat luas. Strategi ini melibatkan pembagian momen-momen personal dan behind-the-scenes untuk menampilkan sisi manusiawi dari politisi. Penggunaan bahasa yang informal dan dekat dengan keseharian masyarakat, serta responsivitas terhadap komentar dan pesan pengikut, dapat meningkatkan persepsi keotentikan. Menurut Enli dan Rosenberg (2018), autentisitas yang dirasakan oleh publik dapat meningkatkan kepercayaan dan legitimasi politik. Mereka menekankan bahwa media sosial memberikan platform yang ideal bagi politisi untuk menampilkan "diri yang tidak dipoles" yang dapat meresonasi dengan pemilih (Enli & Skogerbø, 2013).

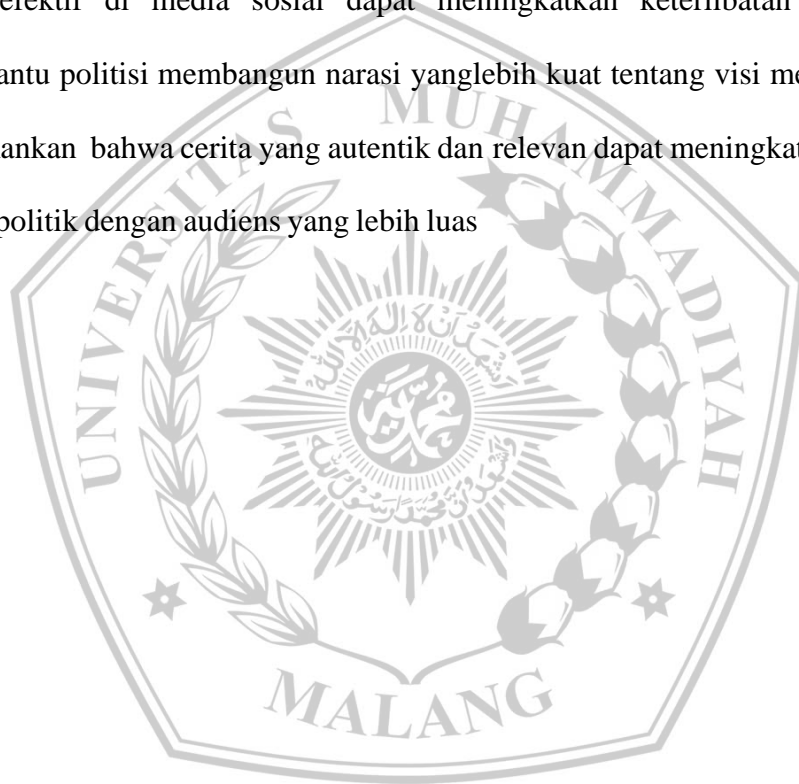
Menunjukkan kompetensi dan keahlian, Legitimasi politik juga dibangun atas dasar persepsi publik terhadap kompetensi dan keahlian aktor politik. Melalui media sosial, politisi dapat membagikan prestasi, penghargaan, dan pencapaian mereka, serta memposting analisis dan opini terkait isu-isu penting. Mendemonstrasikan pengetahuan mendalam tentang kebijakan juga krusial. Stier et al. (2018) menemukan bahwa politisi yang secara konsisten menunjukkan keahlian mereka di media sosial cenderung dianggap lebih kompeten dan layak mendapatkan posisi kepemimpinan. Mereka menyarankan bahwa kombinasi antara konten yang menunjukkan keahlian dan interaksi yang personal dapat meningkatkan legitimasi politik.

Membangun keterlibatan dan interaksi Keterlibatan aktif dengan konstituen melalui media sosial dapat secara signifikan meningkatkan legitimasi politik. Mengadakan sesi tanya jawab atau diskusi langsung, melakukan polling untuk mengetahui opini publik, dan membuat konten yang mengajak partisipasi pengikut adalah beberapa cara untuk membangun keterlibatan. Koc-Michalska et al. (2020) mengemukakan bahwa interaktivitas di media sosial dapat meningkatkan persepsi responsivitas politisi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan legitimasi mereka. Penelitian mereka menunjukkan bahwa politisi yang secara konsisten berinteraksi dengan pengikut mereka di media sosial cenderung dianggap lebih terbuka dan bertanggung jawab.

Menekankan nilai-nilai dan visi Komunikasi yang jelas tentang nilai-nilai dan visi politik adalah komponen kunci dalam membangun legitimasi. Melalui media sosial, aktor politik dapat mengkomunikasikan visi dan misi mereka secara konsisten, menunjukkan dedikasi pada isu-isu tertentu, dan menegaskan prinsip serta ideologi yang mereka anut. Aguirre dan Hyman (2015) berpendapat bahwa politisi yang secara efektif mengkomunikasikan nilai-nilai inti mereka melalui media sosial dapat membangun basis pendukung yang lebih kuat dan loyal. Mereka menekankan pentingnya konsistensi pesan dalam membangun citra publik yang koheren dan terpercaya.

Membangun koalisi dan dukungan Legitimasi politik sering kali diperkuat melalui asosiasi dengan individu atau kelompok yang berpengaruh. Di media sosial, aktor politik dapat menampilkan dukungan dari tokoh berpengaruh, mempromosikan kerjasama dengan organisasi atau komunitas, dan membagikan testimoni dari pendukung. Kreiss et al. (2018) menemukan bahwa strategi membangun koalisi di media sosial dapat memperluas jangkauan pesan politik dan meningkatkan kredibilitas aktor politik.

Mereka menyoroti bagaimana endorsement dan dukungan dari influencer dapat mentransfer legitimasi kepada kandidat politik. Memanfaatkan storytelling, Storytelling adalah alat yang kuat dalam membangun koneksi emosional dengan audiens dan memperkuat legitimasi politik. Melalui media sosial, politisi dapat menceritakan kisah personal yang menginspirasi, menggunakan narasi untuk menjelaskan kebijakan kompleks, dan membingkai isu dalam konteks yang lebih luas. Fernández-Gómez et al. (2020) menunjukkan bahwa penggunaan storytelling yang efektif di media sosial dapat meningkatkan keterlibatan pemilih dan membantu politisi membangun narasi yang lebih kuat tentang visi mereka. Mereka menekankan bahwa cerita yang autentik dan relevan dapat meningkatkan resonansi pesan politik dengan audiens yang lebih luas



Responsif terhadap isu terkini Kemampuan untuk merespons dengan cepat dan tepat terhadap isu-isu terkini adalah kunci dalam membangun dan mempertahankan legitimasi politik di era media sosial. Aktor politik perlu memberikan tanggapan cepat terhadap peristiwa penting, menunjukkan kepedulian pada masalah yang dihadapi masyarakat, dan menawarkan solusi konkret untuk permasalahan aktual. Vaccari dan Valeriani (2015) menemukan bahwa politisi yang aktif dan responsif di media sosial selama krisis atau peristiwa penting cenderung dianggap lebih kompeten dan dapat diandalkan. Mereka menyoroti pentingnya kecepatan dan ketepatan respons dalam membangun persepsi positif di kalangan pemilih.

Konsistensi pesan Mempertahankan konsistensi pesan di berbagai platform media sosial adalah strategi kunci dalam membangun legitimasi politik yang berkelanjutan. Aktor politik perlu mempertahankan narasi dan pesan utama secara konsisten, mengulang poin-poin kunci dengan cara yang bervariasi, dan menyelaraskan pesan di berbagai platform media sosial. Larsson (2017) mengemukakan bahwa konsistensi pesan di media sosial dapat meningkatkan kredibilitas dan memperkuat citra publik politisi. Penelitiannya menunjukkan bahwa politisi yang mampu mempertahankan pesan konsisten namun adaptif terhadap karakteristik platform yang berbeda cenderung lebih berhasil dalam membangun basis pendukung yang solid.

## **5. Aktor Politik**

Aktor politik diartikan sebagai individu yang bercita-cita melalui cara-cara organisasi dan kelembagaan untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan melalui kekuasaan politik dalam pemerintahan atau konstitusional majelis melalui

pilihan kebijakan dapat di implementasikan. Sedangkan menurut aktor terminology ilmu politik , aktor politik merupakan orang atau individu dalam sebuah organisasi politik, partai politik, organisasi publik. (McNair.2011:5). Sedangkan menurut Nimmo (2004:30) aktor politik merupakan orang yang berbincang tentang politik atau dalam *setting* politik, seperti politikus, professional dan aktivis. Konsep setting politik sebagaimana dimaksud Nimmo sebelumnya, dalam realitas keterjadiannya bisa dalam bentuk "*field*" seperti di dalam arena- arena sosial.

Ketika dikaitkan dengan teori dramaturgi, aktor politik dianggap sebagai figur yang berpartisipasi dalam pertunjukan sosial yang melibatkan interaksi, komunikasi, dan penampilan di depan publik. Berikut ini adalah cara aktor politik dapat dikaitkan dengan teori dramaturgi:

1. **Penampilan Publik:** Seperti aktor di atas panggung, aktor politik juga memainkan peran yang berbeda-beda di hadapan publik. Mereka memiliki citra yang ingin mereka proyeksikan, dan mereka menggunakan penampilan fisik, bahasa tubuh, bahasa verbal, dan media sosial untuk membangun citra tersebut.
2. **Impression Management:** Aktor politik secara aktif menggunakan strategi impression management untuk mengelola bagaimana mereka dilihat oleh publik. Mereka memilih pesan-pesan yang akan mereka sampaikan, menyesuaikan penampilan mereka, dan mengatur situasi serta konteks interaksi untuk mempengaruhi persepsi orang lain terhadap mereka.
3. **Dramatisasi:** Aktor politik sering kali menggunakan dramatisasi dalam

penampilan mereka. Mereka menekankan keberhasilan, pencapaian, atau kebijakan yang dianggap penting, sering kali dengan narasi yang kuat dan emosional untuk menarik perhatian dan mendapatkan dukungan dari publik.

4. **Front Stage dan Back Stage:** Konsep front stage dan back stage juga dapat diterapkan pada aktor politik. Di depan publik (front stage), mereka menunjukkan sisi yang diinginkan dan menampilkan peran-peran yang sesuai dengan tuntutan situasi. Namun, di belakang layar (back stage), mereka dapat memiliki strategi, diskusi, atau pertimbangan yang lebih pribadi dan taktis.
5. **Interaksi Simbolik:** Aktor politik menggunakan simbol-simbol untuk membangun identitas politik dan mempengaruhi opini publik. Simbol-simbol ini dapat berupa lambang partai, warna-warna tertentu, atau kata-kata kunci yang merangkum pesan politik mereka.
6. **Reaksi Publik dan Feedback:** Seperti dalam pertunjukan, reaksi dan tanggapan publik terhadap aktor politik sangat penting. Mereka dapat menyesuaikan strategi mereka berdasarkan reaksi publik, memperkuat apa yang berhasil, dan melakukan perubahan jika ada tanggapan negatif atau kurang mendukung.

Dengan menggunakan teori dramaturgi, dapat dilihat bagaimana aktor politik tidak hanya berperan sebagai pemimpin politik, tetapi juga sebagai "aktor" dalam pertunjukan yang kompleks dari politik dan komunikasi publik. Secara aktif membentuk citra dan pesan untuk mempengaruhi opini dan tindakan publik.

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis aktor politik yaitu Helmi Hasan yang merupakan walikota Bengkulu dan Rohidin Mersya sebagai gubernur

Bengkulu. Peneliti menganalisis panggung depan (*front astage*) aktor politik yaitu Helmi hasan dan Rohidin merysah ketika berinteraksi di media sosial Instagram. Panggung belakang (*back stage*) ketika walikota Bengkulu berinteraksi di luar media sosial Instagram.

## 6. Pemilih Pemula

Pemilihan umum (Pemilu) sering dikatakan sebagai pesta demokrasi yang diselenggarakan oleh pemerintah guna menyalurkan suara rakyat. Pemilu di Indonesia merupakan wujud nyata dari demokrasi dan menjadi sarana bagi rakyat Indonesia menyatakan kedaulatannya terhadap negara dan pemerintah. Pemilihan umum yang diselenggarakan berlandaskan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUD) 1945. Pemilu diselenggarakan dengan menerapkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur dan adil (Nur Wardhani, 2018).

Pengaruh pemilih pemula yang sangat penting dalam pemilihan umum (pemilu) sudah di sadari oleh aktor politik dan partai politik. Pemilih pemula memiliki beberapa pengertian yang saat ini digunakan. Ada tiga kategori pemilih pemula di Indonesia. Pertama, pemilih yang rasional, yakni pemilih yang benar-benar memilih partai berdasarkan penilaian dan analisis mendalam (Rachmat & Esther, 2016). Kedua, pemilih kritis emosional, yakni pemilih yang masih idealis dan tidak kenal kompromi (Rachmat & Esther, 2016). Ketiga, pemilih pemula, yakni pemilih yang baru pertama kali memilih karena usia mereka baru memasuki usia pemilih (Rachmat & Esther, 2016). Dalam penelitian ini yang digunakan pengertian sebagai pemilih pemula adalah pemilih yang baru pertama

kali memilih karena usia mereka baru memasuki usia pemilih. Di Indonesia warga negara yang berhak memilih adalah warga negara yang telah genap berumur 17 tahun.

Pemilih pemula yang terdiri atas pelajar, mahasiswa atau pemilih dengan rentang usia 17-21 tahun sering memiliki antusiasme tinggi, relative lebih rasional, haus akan perubahan dan tipis akan kadar politik pragmatism. Pemeilih pemula memiliki antusiasme tinggi namun belum memiliki keputusan pemilih yang belim bulat. Sehingga sering ditempatkan sebagai pemilih pemula dengan nama *swing voters* *swing voters* Pemilih pemula lebih mudah dipengaruhi kepentingan-kepentingan tertentu, terutama media sosial, keluarga, dan orang terdekat (Tristiani, 2017).

Undang-Undang No. 10 Tahun 2008 pasal I ayat (22) dijelaskan bahwa pemilih adalah warga negara Indonesia yang telah genap berumur tujuh belas tahun atau lebih atau sudah/belum kawin. Kemudian ada pasal 19 ayat (1 dan 2) UU No. 10 Tahun 2008 yang menerangkan bahwa pemilih yang mempunyai hak memilih adalah warga negara Indonesia yang didaftar oleh penyelenggara Pilkada dalam daftar pemilih dan pada hari pemungutan suara telah genap berumur tujuh belas tahun atau lebih atau sudah pernah kawin. Pemilih pemula di Indonesia yang dalam artian sebagai pemilih yang baru memasuki usia pemilih tujuh belas tahun berjumlah sangat banyak dan dapat diperhitungkan dalam setiap penyelenggaraan pemilu.

## **7. Media Sosial Tik Tok**

Kebutuhan manusia yang semakin bertambah , menuntut manusia untuk



melakukan inovasi dalam kehidupan. Penemuan dan pembaruan yang dilakukan manusia melahirkan banyak perubahan di tengah masyarakat (Tendi, 2021). Tiktok merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek, disertai music atau potongan suara. Platform Tiktok menjadi populer, terutama di kalangan demografi yang lebih muda, sejak diluncurkan tahun 2016. Beberapa point penting tentang tiktok yaitu:

1. Konten video → Tiktok secara utama fokus pada konten pendek, dengan durasi video mulai dari beberapa detik hingga satu menit. Pengguna dapat membuat video lip-sync, tarian, sketsa komedi, konten edukatif dan lain sebagainya.
2. Musik dan suara → salah satu fitur yang membedakan Tiktok adalah perpustakaan musik dan klip suara yang luas yang dapat digunakan dalam video mereka. Fitur ini telah membuat platform ini menjadi populer.
3. Trend dan tantangan → Tiktok dikenal dengan trend dan tantangan viralnya, di mana pengguna berpartisipasi dalam kegiatan tertentu atau perilaku tertentu. Trend ini sering berubah dengan cepat dan dapat mempengaruhi budaya populer.
4. Halaman “For You” (FYP) → Halaman “for you” di Tiktok adalah tempat di mana pengguna menemukan konten baru berdasarkan minat dan interaksi mereka sebelumnya. Algoritma memilih konten untuk menampilkan video yang kemungkinan besar disukai oleh pengguna, membantu creator mencapai audiens yang lebih luas.
5. Komunitas dan keterlibatan → Tiktok membangun rasa komunitas melalui suka, komentar, berbagi dan duit (dimana pengguna dapat merespons atau

berkolaborasi dengan video lain). Sifat interaktif ini mendorong keterlibatan dan kolaborasi antara pengguna.

6. Alat Kreator → Tiktok menyediakan berbagai alat pengeditan , efek, filter, dan fitur untuk meingkatkan proses pembuatan video. Alat-alat ini memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan kreativitas dan menghasilkan konten yang terlihat professional.
7. Pemasaran influencer → Tiktok menjadi platform yang signifikan untuk pemasaran influencer, dimana creator bekerja sama dengan merek untuk konten yang disponsori dan di promosikan.
8. Jangkauan global → Tiktok memiliki basis pengguna global, menjadikannya platform di mana pengguna dapat terhubung dengan orang-orang dari berbagai latar belakang dan budaya.

Ketika menghubungkan media sosial TikTok dengan teori dramaturgi, khususnya dalam konteks aktor politik, ada beberapa poin yang dapat dipertimbangkan:

1. Penampilan Publik: TikTok adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk berbagi video pendek yang kreatif dan menarik. Aktor politik dapat memanfaatkan platform ini untuk mempresentasikan diri mereka secara visual, menggunakan kostum, latar belakang, dan efek khusus untuk menarik perhatian dan membangun citra yang diinginkan.
2. Impression Management: Seperti halnya di platform media sosial lainnya, aktor politik menggunakan TikTok untuk mengelola impresi atau citra mereka. Mereka dapat memilih konten yang diposting, mengatur pengaturan, dan menyampaikan pesan-pesan yang mendukung agenda

politik mereka, semuanya sebagai bagian dari strategi impression management.

3. **Interaksi Simbolik:** TikTok mengandalkan penggunaan simbol-simbol, musik, dan gaya yang unik. Aktor politik dapat menggunakan elemen-elemen ini untuk membangun identitas politik yang kuat, mengkomunikasikan nilai-nilai atau pesan politik, serta berinteraksi dengan pemilih muda dan pemirsa TikTok lainnya secara simbolis.
4. **Penggunaan Musik dan Trend:** TikTok dikenal karena tren-tren musik dan tantangan yang viral. Aktor politik dapat menggunakan lagu-lagu populer atau mengikuti tren tertentu untuk memperoleh daya tarik dan mencapai khalayak yang lebih luas, khususnya di antara generasi muda yang aktif di platform ini.
5. **Kreativitas dan Narasi:** TikTok memberikan ruang bagi kreativitas yang luas. Aktor politik dapat mengemas pesan-pesan mereka dalam format yang kreatif, menggunakan narasi yang menarik, dan menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dicerna oleh pengguna TikTok.
6. **Reaksi Publik dan Dampak Opini:** Seiring dengan menyebarkan konten, aktor politik juga harus mempertimbangkan bagaimana reaksi publik terhadap konten mereka. Dalam konteks dramaturgi, ini sebanding dengan respons yang diterima dari penonton dalam pertunjukan. Reaksi dan umpan balik dapat memengaruhi strategi selanjutnya dan mempengaruhi bagaimana aktor politik mempresentasikan diri mereka di TikTok.

Dengan demikian, TikTok dapat menjadi alat yang efektif bagi aktor politik untuk membangun citra, menyampaikan pesan politik, dan berinteraksi dengan

pemilih secara kreatif dan dinamis, sejalan dengan prinsip-prinsip teori dramaturgi. Namun, penting untuk diingat bahwa penggunaan media sosial ini juga memerlukan pemahaman yang mendalam tentang audiens, tren, dan konteks sosial-politik yang ada.

## 8. Media Sosial Instagram

Media sosial memiliki kekuatan pada *uses generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bahkan oleh editor sebagaimana institusi media massa. Media sosial pertama kali muncul di Indonesia adalah *Friendstar* pada tahun 2002, kemudian *facebook* pada tahun 2004, di lanjutkan lagi *twitter* pada tahun 2006 dan Instagram pada tahun 2010 serta masih banyak lagi media sosial lainnya yang berkembang (Ii & Pustaka, 1996).

Media Sosial merupakan media yang terhubung dengan internet yang memungkinkan pengguna dapat merepresentasikan diri maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi serta membentuk ikatan sosial secara virtual. Selain itu media sosial merupakan alat untuk membawa pesan dari proses komunikasi kepada khalayak baik berupa tulisan, audio dan visual. Adapun karakteristik dari media sosial adalah (Muhammad & Aminudin, 2016).

- a) *Network* : dipahami dalam terminology bidang teknologi contohnya ilmu komputer yang menghubungkan antarankomputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya (Castells, 2002;Gane & Beer 2008).
- b) *Information*: informasi merupakan entitas yang sangat penting dari social media. Pengguna mengkreasikan dan merepresentasikan identitas diri, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi (Thrift,

2005 dalam Gane & Beer,2008).

- c) *Archive* : merupakan karakter yang menjelaskan informasi yang disampaikan dan bisa diakses dimanapun dan kapanpun melalui perangkat apapun (Caroll&Romano, 2011:142).
- d) Interaksi (*Interactivity*) Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antara pengguna.
- e) Simulasi (*Simulation*) Media Sosial sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus bisa berada dan tidak dijumpai dalam tataan masyarakat yang real.
- f) Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*) Konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan user generated content (UGC).
- g) Penyebaran (*Share/Sharing*) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya (Benkler, 2012; Cross, 2011).

Aktivitas di media sosial yang buruk bisa memicu dan memunculkan informasi *hoax*. *Hoax* dapat di pahami sebagai ketidakbenaran yang diproduksi secara sengaja untuk menyamarkan suatu kebenaran. (Syahputra, 2017) Oleh sebab itu, tidak jarang informasi yang tersebar menjadi agak tidak jelas dan kabur antara kebohongan, kecurangan, kejahatan dan kebenaran. Sehingga diperkuat pula oleh (Nasrullah,2014) mengenai karakter spesifik media sosial :

1. *Intertextuality*, artinya setiap teks dan beberapa teks lainnya dapat saling teraut dan “berbicara”. Selain itu jaringan antar teks dapat menciptakan konteks tertentu.

2. *Nonlinearity*, artinya pergerakan pembicaraan tidak dapat di prediksi secara lurus dan linear. Satu topik dapat berkembang luas dan mealhirkan topik baru.
3. *Blurring the reacer/writer distinction*, artinya ada pembeda yang kabur antara pembaca dan Penulis. Contohnya seorang netizen awalnya sebagai konsumen informasi. Namun informasi tersebut dikemas ulang kemudian didistribusikan kembali menjadi konten baru. Pada saat bersamaan reproduksi informasi tersebut menjadi pembatas yang halus antara konsumen dan produsen informasi.
4. *Multimedianess*, artinya media sosial bersifat konvergensi yang dapat memuat teks, audio, video dan sebagainya.
5. *No gatekeeper*, artinya media sosial tidak ada “penjaga gawang “ yang berfungsi menyeleksi informasi yang masuk dan keluar di media sosial
6. *Ephemerality*, artinya teks di media sosial bersifat tidak stabil . setiap khalayak bisa dengan mudah menghapus dan *share* di media sosial (Syahputra, 2017).

Jika melihat dari karakteristik diatas, maka dapat dihubungkan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Turistiati, 2018) mengenai pemberitaan yang terus menerus dilakukan sehingga memberikan simulasi-simulasi kepada khalayak melalui gambar, video, teks dan suara yang mengakibatkan adanya penggiringan opini atau bisa dikatakan *black campaign*.

Pemberitaan yang di lakukan seperti adanya penyebaran kejelekankontestan pilkad, sementara jika di lihat dari pemberitaannya,

maka khalayak tidak bisa membedakan apakah ini benar terjadi atau hanya berita *hoax* yang dibangun untuk menjatuhkan konteltan pilkada.

Foto tersebut bisa saja benar terjadi, tetapi tidak menutup kemungkinan foto yang tersebar adalah hasil editan. Sehingga apa yang di tampilkan di media sosial , sulit untuk dibedakan antara kenyataan dengan dunia semu atau imajiner. Media sosial yang sering digunakan salah satunya yaitu Instagram, Instagram identik dengan visual. Khalayak ketika di singgung dengan visual, maka akan menarik untuk di bahas dan dipelajari, karena visual memanjakan mata sehingga berdampak pada tujuan pengguna untuk bisa mencapai tujuan yang di inginkan. Instagram yang lebih berfokus pada media visual seperti foto dan video, maka metode yang sangat tepat ada metode *storytelling* yang mampu memancing interaksi khalayak. (Fadil Nurmansyah, 2021). Terdapat lima fitur utama Instagram, yaitu *home page, komentar, explore, profil, dan news feed* (Atmoko, 2018). Terdapat pula beberapa fitur Instagram yang menambah makna dalam informasi yang terdapat pada foto atau video yang diunggah oleh pemilik akun Instagram, yaitu judul foto, hastag, dan geotag atau lokasi. Lalu terdapat pula sejumlah aktivitas yang dilakukan oleh para pengguna Instagram, yaitu *follow* (mengikuti), *like* (menyukai), komentar, dan *mentions*.

Penelitian yang dilakukan oleh Alfajri, Adhiazni dan Aini (2019) menjelaskan bahwa Instagram membantu khalayak menuju tujuannya, membangun serta meningkatkan *brand awareness, brand image* dan interaksi antar khalayk pengguna Instagram secara langsung. Fitur *followers dan following* yang membuat

rapa pengguna mengetahui siapa yang tertarik dengan akun yang ada di Instagram posting foto dan video dengan *caption hashtag*, mendapatkan tanda suka atau komen dari pengguna lain, fitur IG TV dan *live* mempermudah berinteraksi dengan *followers* yang *user* punya dan terakhir *instastory* sebagai fitur dari Instagram yang menampilkan cerita singkat yang bertahan selama 24 jam. Dengan berbagai macam fitur yang menjadikan Instagram memiliki daya tarik sehingga membuat banyak masyarakat bergabung dan membuat instagram meningkat. Dilansir dari Iman (2020) kenaikan pengguna instagram di tahun 2020 telah terjadi mulai bulan Januari sampai Mei 2020, yang mana telah mencapai 7.040 pengguna baru.

Media sosial Instagram dapat dihubungkan dengan teori dramaturgi melalui konsep penampilan, *impression management*, dan representasi diri. Berikut adalah beberapa kaitan antara Instagram dan teori dramaturgi:

1. **Penampilan dan Representasi Diri:** Instagram adalah platform visual di mana pengguna dapat membagikan foto dan video tentang kehidupan mereka. Dalam konteks teori dramaturgi, pengguna Instagram, termasuk aktor politik, memainkan peran dalam mempresentasikan diri mereka secara visual. Mereka memilih gambar-gambar yang mewakili citra yang ingin mereka proyeksikan kepada publik.
2. **Impression Management:** Aktor politik menggunakan Instagram untuk mengelola impresi (*impression*) atau citra mereka. Mereka memilih konten yang diposting, mengedit foto atau video, serta menggunakan *caption* yang mendukung narasi yang ingin mereka sampaikan kepada pengikut mereka. Hal ini merupakan strategi *impression management* yang sesuai dengan teori dramaturgi.



3. Front Stage dan Back Stage: Konsep front stage dan back stage dalam teori dramaturgi juga dapat diterapkan dalam konteks Instagram. Front stage adalah bagian dari penampilan publik, di mana pengguna membagikan konten yang ditujukan untuk konsumsi publik. Di sisi lain, back stage merujuk pada ruang privasi di mana pengguna dapat menunjukkan sisi yang lebih pribadi, non-formal, atau bahkan lucu dari diri mereka dalam cerita atau kiriman yang bersifat lebih santai.
4. Interaksi Simbolik: Instagram menggunakan banyak simbol dan gambar untuk menyampaikan pesan. Aktor politik dapat menggunakan simbol-simbol politik, warna, atau gaya visual yang konsisten dengan identitas politik mereka untuk memperkuat pesan dan membangun hubungan emosional dengan pengikut mereka.
5. Keterlibatan dengan Publik: Instagram juga memungkinkan aktor politik untuk berinteraksi secara langsung dengan pengikut mereka melalui komentar, pesan langsung, atau fitur live streaming. Interaksi ini dapat membantu mereka membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengikut, memperoleh masukan, dan memperkuat dukungan.

Dengan demikian, Instagram dapat dipandang sebagai alat yang relevan dalam praktek dramaturgi modern, di mana aktor politik dan individu lainnya secara aktif mengelola penampilan, impression management, dan interaksi sosial mereka untuk memengaruhi opini dan persepsi publik.

### C. Landasan Teori

Teori Dramaturgi yang berasal dari Erving Goffman (1959) dalam bukunya yang terkenal yaitu "*The presentation of self in everyday life*". Goffman

menggunakan metafora teater untuk menjelaskan interaksi sosial. Goffman melihat kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan dramatis, dimana individu bertindak sebagai aktor yang memainkan peran.

Goffman menjelaskan bahwa sebuah peran yang ditampilkan seorang aktor dibagi menjadi dua bagian. Goffman menyebutnya sebagai bagian depan (*front*) dan bagian belakang (*back*). Pada bagian depan (*front*) mencakup setting, penampilan diri (*Performance*), dan peralatan untuk mengekspresikan diri. Dalam teori ini, Goffman menggunakan kata “pertunjukan” untuk merujuk pada argumennya. Teori ini berintikan pandangan bahwa dalam interaksi manusia, setiap orang ingin mengelola pesan yang diharapkan dapat tumbuh pada orang lain terhadapnya. Panggung pertunjukkan ini terbagi menjadi dua yaitu bagian depan (*front*) dan bagian belakang (*back*) panggung.

Bagian depan yang dimaksudkan oleh Goffman (1959) di sini merupakan hal-hal yang ditampilkan dan diperlihatkan kepada “penonton”. Dengan kata lain, bagian depan ini berisikan apa yang dengan sengaja diperlihatkan oleh seseorang kepada para penonton. Bagian depan ini kemudian masih terbagi lagi menjadi: setting, peralatan untuk mengekspresikan diri, dan penampilan diri.

### 1. *Setting*

Layaknya dalam sebuah pertunjukkan drama, setting disini mengacu pada perabotan, dekorasi, tata letak, dan benda-benda yang tersedia untuk mendukung kemampuan berakting sang aktor. Setting seringkali berada dalam posisi statis/tidak bergerak. Jadi, untuk mendapati setting yang mendukung, aktor dituntut membawa dirinya di setting yang sesuai untuk dapat memainkan perannya dan segera meninggalkan perannya saat

meninggalkan setting tersebut. Ada beberapa kondisi dimana setting dapat mengikuti aktor.

2. Peralatan untuk mengekspresikan diri Istilah ini mengacu pada hal-hal yang melekat pada sang aktor sehingga membuat para penonton dapat dengan cepat mengidentifikasi sang aktor. Hal-hal ini meliputi: jabatan; cara berpakaian; jenis kelamin, usia, dan karakteristik berdasarkan ras/keturunan; penampilan; postur tubuh; pola berbicara; raut wajah; gestur tubuh; dan lain-lain.
  3. Penampilan diri dapat terjadi atas dorongan dua sumber rangsangan, yaitu penampilan dan sikap. Penampilan mengacu kepada rangsangan yang memiliki fungsi untuk membuat para penonton menyadari status sosial dari sang aktor. Rangsangan ini juga dapat menjadi sebuah bantuan untuk menyadari keadaan mental seseorang; apakah dia sedang berada dalam aktifitas sosial yang bernuansa formal, apakah aktor politik berada dalam lingkungan kerja, atau apakah sedang berada dalam suasana yang santai. Sikap mengacu kepada rangsangan yang dapat berfungsi sebagai peringatan terhadap apa yang diharapkan sang aktor akan terjadi dalam sebuah interaksi. Sikap yang agresif dapat menimbulkan sebuah imej bahwa sang aktor akan menjadi orang yang pertama memulai interaksi dan mengarahkan interaksi ini sesuai dengan apa yang dikehendakinya. Sedangkan sikap yang empatik menimbulkan sebuah imej dimana sang aktor akan mengikuti interaksi yang telah terjadi, atau setidaknya, sang aktor dapat diarahkan untuk mengikuti arah interaksi yang terjadi. (Goffman, 1959)
- Sedangkan untuk bagian belakang (back) sendiri, Goffman (1959)

menjelaskan secara sederhana bahwa bagian belakang merupakan bagian dimana sang aktor menyimpan dan mempersiapkan segala hal bagi penyelenggaraan pertunjukan yang akan ditampilkannya. Area di mana individu dapat menjadi diri mereka yang sebenarnya, tanpa harus mempertahankan “pertunjukan”. Di sisi aktor dapat mempersiapkan diri untuk penampilan berikutnya.

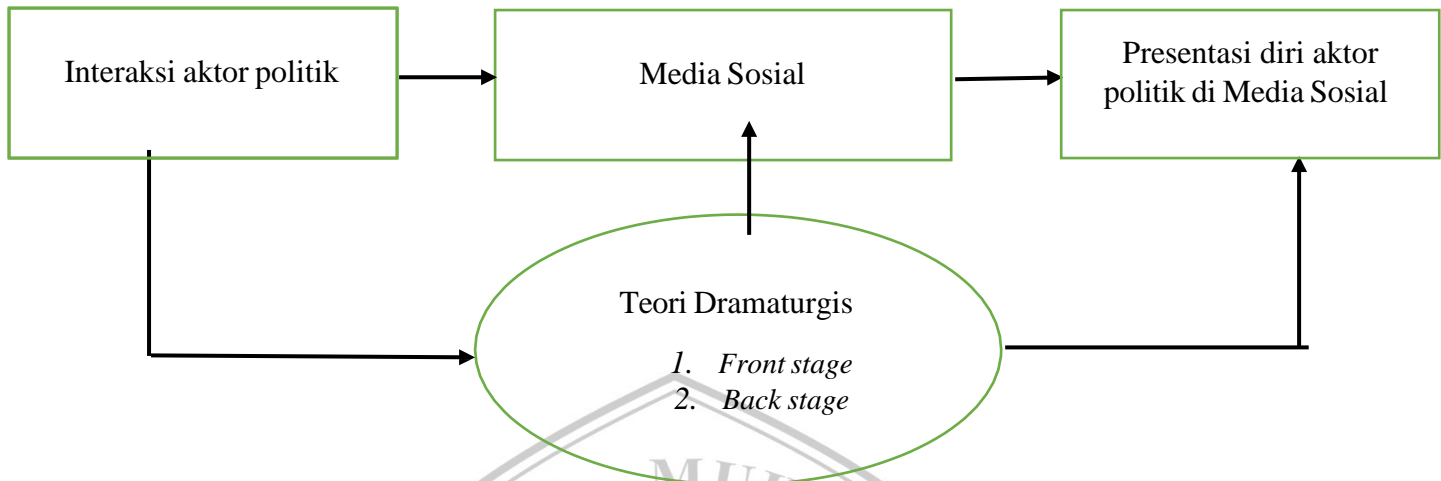
Pengelolaan Kesan (*impression management*) : Proses dimana individu berusaha mengendalikan persepsi orang lain terhadap diri aktor melalui perilaku, penampilan, dan komunikasi. Tidak hanya itu tim pertunjukkan (*performance team*) merupakan kelompok individu yang bekerja sama untuk mempertahankan suatu kesan tertentu, seperti sebuah keluarga yang menampilkan citra harmonis di depan tamu. Dari penjelasan diatas maka dapat diartikan bahwa teori dramaturgi Goffman menjelaskan bahwa identitas sosial bukanlah suatu yang tetap melainkan hasil negosiasi yang terus menerus antara aktor dan audiens dalam konteks sosial. Setiap interaksi sebagai “pertunjukkan”. Berusaha mengelola kesan yang aktor berikan untuk mencapai tujuan tertentu.

#### **D. Kerangka berfikir**

Kerangka berfikir dalam penelitian ini, lebih menitikberatkan pada presentasi diri aktor politik di Media Sosial dengan menghubungkan teori Dramaturgi sebagai pisau analisis. Dramaturgi lebih melihat panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) aktor politik di media sosial Instagram. Interaksi yang di tampilkan dari simulasi yang terus menerus di tampilkan dalam ruang *front stage* dan *back stage* sehingga aktor politik memiliki ruang dan media untuk bisa membentuk citra positif diri. Sehingga kerangka berfikir yang tergambar

adalah :

**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**



**Sumber : Penelitian**

Berdasarkan bagan kerangka pikir di atas, maka dapat diartikan bahwa interaksi aktor politik yang di *share* Media Sosial, dengan menggunakan teori dramaturgi sebagai pisau analisis maka dapat diartikan bahwa interaksi yang terjadi baik di panggung depan (*front stage*). Panggung depan aktor politik di Media Sosial dengan menggunakan konten seperti posting, video, dan gambar untuk membangun narasi politik. Narasi yang di bangun dapat mencakup pencitraan diri, penyampaian pesan politik atau kampanye untuk mendukung atau menentang suatu isu. Selain itu interaksi aktor politik dengan khalayak di panggung belakang (*back stage*) yaitu di luar interaksi Media Sosial sehingga mampu menciptakan presentasi diri aktor politik di Media Sosial.

Contohnya pencitraan diri aktor politik dengan menampilkan kegiatan yang mengkampanyekan diri dan membangun citra diri di hadapan orang lain yaitu di Instagram. Strategi ini membangun kesan dan pangalaman diri kepada orang lain. Di perkuat dengan Goffman, ekspresi diri merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mengidentifikasi suatu situasi dan identitas sosial. Tujuannya untk

memberikan pengaruh terhadap interaksi baik yang sesuai maupun tidak dengan kefaan yang ada (Goffman, 1995)



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan prinsip dasar dari sebuah keyakinan untuk melakukan sebuah penelitian. Paradigma juga dikatakan sebagai penghubung guna menetapkan sasaran penelitian atau objek , permasalahan , pendekatan penelitian, Teknik pengambilan data bahkan teori sebagai pisau analisis. Berdasarkan pendapat Ritzet, paradigma dalam sosiologi dibedakan menjadi tiga yaitu paradigma fakta sosial (*eksemplar* Durkhiem), paradigma definisi sosial (Eksemplar Weber) dan paradigma perilaku sosial (Eksemplar Skinner).

Berdasarkan pertimbangan obyek, permasalahan , pendekatan serta teori. Penelitian ini menggunakan paradigma definisi sosial karya Max Weber. Paradigma definisi sosial tidak memisahkan secara tegas antara struktur sosial dengan pranata sosial. Struktur sosial dan pranata sosial menunjukkan Tindakan manusia yang penuh arti dan penuh makna. Dalam paradigma ini, Weber kajian sosiologi ini diarahkan untuk menafsirkan dan memahami (*interpretative understanding* ) atau *verstehen* menurut weber baik dalam Tindakan sosial maupun hubungan sosial . Ritzer(2004)

Paradigma definisi sosial menunjukkan bahwa identitas bukanlah sesuatu yang diberikan , tetapi sesuatu yang dibangun oleh individu dalam interaksi sosial. Aktor politik menggunakan media sosial untuk membangun dan menyajikan identitas politik aktor, termasuk nilai-nilai, keyakinan dan karakteristik aktor politik yang menonjol di publik. Selain itu aktor politik berusaha untuk menciptakan citra

yang diinginkan di Media Sosial. Secara aktif mengelola konten yang aktor politik bagikan, memilih cerita-cerita atau narasi yang mendukung identitas dan pesan politik aktor. Dengan demikian, paradigam definisi sosial membantu memahami bagaimana aktor politik menggunakan Media Sosial untuk membangun identitas , menyampaikan pesan politik dan memanipulasi makna serta persepsi publik dalam konteks digital yang semakin kompleks.

## **B. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Dimana dilihat dari fenomena - fenomena sosial yang ada. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan yang mendalam untuk mendapatkan data yang diinginkan oleh peneliti. Menurut Caswell dalam Bungin (2015:302) “ada beberapa asumsi dalam pendekatan kualitatif. Pertama, dalam pendekatan kualitatif, peneliti lebih mementingkan proses daripada hasil, kedua lebih mementingkan pemahaman, ketiga peneliti adalah alat utama pengumpulan data, mendeskripsikan data dan peneliti harus terjun langsung ke lapangan, melakukan observasi lapangan, keempat peneliti kualitatif menggambarkan bahwa peneliti terlibat dalam proses penelitian, menafsirkan data, dan mendapatkan pemahaman melalui kata-kata”.

Penelitian kualitatif tentang presentasi diri aktor politik di Media Sosial akan melibatkan pengumpulan data yang lebih mendalam dan kontekstual untuk memahami bagaimana aktor politik memanfaatkan platform Media Sosial untuk menyajikan diri aktor politik. Pendekatan penelitian kualitatif untuk melihat presentasi diri aktor politik di Media Sosial dapat dilakukan melalui beberapa metode, yang masing-masing dapat memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana aktor politik membangun citra dan berinteraksi dengan audiens atau



khalayak.

Jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif, yakni dapat menggambarkan secara mendalam tentang suatu fenomena sosial berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya. Menurut Neuman (2005:350“*descriptive research present a picture a specific details of situation, social setting or relationship*” (penelitian deskriptif bertujuan memberikan gambaran yang terperinci tentang suatu situasi sosial, hubungan sosial *atau setting sosial*). Dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif dapat menjelaskan bagaimana aktor politik menggunakan Media Sosial sebagai panggung untuk memainkan peran politik aktor. Selain itu untuk melihat kesan yang ditimbulkan dari upload video dan foto aktor politik, serta membangun citra politik dan memainkan peran dalam konteks digital yang semakin kompleks.

Dalam konteks penelitian deskriptif yang mengkaji presentasi diri aktor politik di sosail media , penelitian ini akan fokus menggambarkan bagaimana aktor politik menampilkan diri , jenis konten yang di bagikan , bagaimana interaksi yang dibangun. Adapun rinciannya sebagai berikut : 1. Menggambarkan panggung depan (*front stage*) aktor politik, 2. Mengambarkan panggung depan (*front stage*) aktor politik di Media Sosial, 3. Menganalisis Panggung belakang (*back stage*) aktor politik.

### **C. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Platform Media Sosial Instagram dan tiktok serta dilakukan penelitian di kota Bengkulu. Lokasi penelitian di tentukan dengan pertimbangan :

1. Platform yang digunakan aktor politik yang menjadi subjek penelitian adalah platform Media Sosial Instagram dan tiktok.
2. Subjek RM dan HH menetap di kota Bengkulu, dan merupakan aktor politik yang mempresentasikan diri di Media Sosial.

#### **D. Teknik Penentuan Subjek Penelitian**

Teknik penentuan subjek penelitian ditentukan secara *purposive*, karena untuk memperoleh data yang sesuai dengan kebutuhan peneliti ini. Adapun kriteria subjek adalah Kepala Daerah yang sedang menjabat atau pernah menjadi kepala daerah yang menggunakan Media Sosial. Penelitian ini berlangsung kurang dari satu tahun, sejak November 2023 sampai sekarang 2024. Mulai dari Wawancara, observasi dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan 2 subjek penelitian yaitu RM dan HH. Subjek penelitian merupakan kepala daerah Provinsi Bengkulu dan mantan kepala daerah Kota Bengkulu. Sama-sama memiliki latar belakang sebagai ketua partai. Memiliki akun media sosial. Ditambah dengan informan yang semuanya juga menjadi followers di Media Sosial subjek. Adapun informan terdiri dari : DP, KI, KJ, AS, SS, RA, DR yang merupakan informan yang memberikan informasi mengenai subjek RM, sedangkan TM, EF, DW, FQ, UA, AH merupakan informan yang memberikan informasi mengenai subjek HH.

Fokus Penelitian dalam penelitian ini adalah melihat bagaimana panggung depan (*front stage*) aktor politik di Media Sosial serta panggung belakang (*back stage*) di luar interaksi di Media Sosial sehingga terlihat presentasi diri aktor politik. Penelitian berfokus pada Presentasi diri aktor politik dipanggung depan (*front*

*stage*) Media Sosial, presentasi diri aktor politik di panggung depan di *real life*, serta presentasi diri aktor politik di panggung belakang (*back stage*).

#### **E. Unit Analisis Penelitian**

Sesuai dengan paradigma sosiologi yang peneliti pilih yaitu paradigma definisi sosial, maka unit analisis penelitian ini adalah pada tingkat individu yaitu Helmi Hasan(HH) dan Rohidin Mersyah (RM) terkait presentasi aktor politik di social media.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Observasi dalam penelitian ini merupakan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dengan mengamati secara langsung media sosial tiktok aktor politik Helmi Hasan dengan akun @helmihasanofficial dan Rohidin Mersyah dengan akun Instagram @rohidin.mersyah. Peneliti mencatat serta sebagai data yang akan diolah dan dianalisis berdasarkan pedoman observasi yang telah peneliti susun untuk ditanyakan kepada subjek penelitian yaitu Helmi Hasan (HH) dan Rohidin Mersyah (RM)

##### **2 Wawancara**

Wawancara dalam penelitian ini tidak terstruktur dimana peneliti mengajukan pertanyaan kepada walikota Bengkulu secara terbuka. Mendengarkan dengan baik setelah itu baru membentuk pertanyaan penelitian. Dalam penelitian kualitatif adalah salah satu sarana pokok guna mendapatkan informasi. Pertanyaan dalam

wawancara biasanya berkaitan dengan pengalaman atau perilaku, pendapat atau nilai, perasaan pengetahuan, indra dan latar belakang atau demografi. Teknik wawancara yang dilakukan antara interviewer dengan subjek penelitian untuk menghasilkan informasi. Secara substansial, wawancara mendalam terbagi menjadi tiga jenis wawancara yaitu:

a) Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mengungkap mengenai sebuah riwayat hidup secara sosiologis yang di dalamnya terdapat berbagai peristiwa mengenai kehidupan seseorang yang diungkap dengan menggunakan bahasanya sendiri. Peristiwa inilah yang kemudian diungkap peneliti melalui informan tersebut dengan bahasanya sendiri.

b) Wawancara yang dilakukan bertujuan untuk mempelajari suatu kejadian atau kegiatan yang tidak bisa diamati secara langsung. Dalam hal ini seseorang yang diwawancarai yaitu subyek yang hidup di suatu lingkungan sosial tertentu yang diteliti, dan dalam hal ini mereka berposisi sebagai seorang pengamat bagi peneliti.

c) Wawancara dimaksudkan agar menghasilkan sebuah gambaran yang luas tentang situasi tertentu yang melibatkan banyak orang dalam tempo waktu yang relatif singkat jika dibandingkan dengan suatu pengamatan berpartisipasi.

Wawancara secara mendalam yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan secara tatap muka atau berhadapan langsung dengan subyek penelitian dan informan penelitian dalam menganalisis presentasi diri aktor politik di Media Sosial

### **3 Dokumentasi**

Data dokumentasi digunakan peneliti untuk mendokumentasikan kegiatan wawancara dengan subjek dan informan. Dokumentasi ini dapat berupa foto, video ataupun audio yang peneliti dapatkan dari akun Media Sosial milik aktor politik.

### **G. Teknik Keabsahan Data**

Penelitian kualitatif merupakan sebuah cara ilmiah yang menggunakan prosedur yang disadari dan terkontrol. Validitas data berarti bahwa data yang telah dikumpulkan dapat menggambarkan realitas yang ingin dideskripsikan atau diungkap oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian (Afrizal, 2014). Selanjutnya persoalan validitas data dalam kualitatif harus ditekankan pula pada validitas tipologi atau klasifikasi.

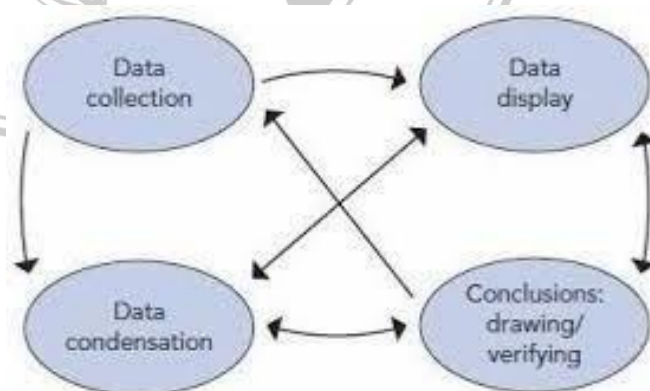
Salah satu Teknik untuk memperoleh data yang valid adalah dengan Teknik triangulasi. Penelitian ini melakukan teknik triangulasi sumber data. Triangulasi dengan sumber dilakukan dengan cara: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, (2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan pribadi, (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan yang lain, (5) membandingkan hasil wawancara dengan dokumen lain yang berkaitan.

Triangulasi sumber data dilakukan peneliti dengan cara melakukan wawancara terhadap subjek penelitian lain seperti anggota keluarga dari subjek, tim IT, penelitian maupun tokoh masyarakat untuk membandingkan dan memverifikasi hasil wawancara dari subjek penelitian. Prinsipnya adalah, menurut Teknik ini, informasi mestilah dikumpulkan atau dicari dari sumber-sumber yang berbeda agar tidak bias dalam sebuah kelompok. Triangulasi data dalam penelitian ini akan dilakukan nantinya untuk memperkuat data, dan untuk meyakinkan peneliti

terhadap kebenaran dan kelengkapan data. Triangulasi data ini akan dilakukan secara terus menerus sampai peneliti merasa puas dengan data yang terkumpul dan yakin terhadap data yang terkumpul (Creswell, 2013).

## H. Teknik Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan cara analisis data kualitatif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Dalam bukunya Miles dan Huberman menjelaskan secara mendalam mengenai cara data seharusnya dianalisis khususnya dalam penelitian kualitatif (Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, 2014). Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara siklus, yaitu dimulai dari tahap satu sampai tahap tiga, kemudian kembali lagi ke tahap satu. Selanjutnya dijelaskan teknis analisis data menurut Miles dan Huberman yang akan digunakan dalam penelitian ini. Secara garis besar Miles dan Huberman membagi analisis data dalam penelitian kualitatif ke dalam tiga tahap yaitu, 1. *Data collection*, 2. *Data Display*, 3. *Data Condensation*, 4. *Conclusions*.



Sumber : Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, 2014

Dalam penelitian mengenai presentasi diri aktor politik di media sosial, langkah pertama yang dilakukan adalah data collection atau pengumpulan data. Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data-data terkait aktivitas aktor politik di media sosial seperti mengamati dan mendokumentasikan unggahan di Instagram dan tiktok. Data yang dikumpulkan dapat berupa foto, video, caption, stories, komentar, serta interaksi dengan pengikut. Selain itu, peneliti juga dapat melakukan wawancara dengan tim digital / kru panggung aktor politik atau untuk memperkaya data penelitian. Semua data mentah ini dikumpulkan secara menyeluruh dan berkelanjutan dalam periode waktu tertentu.

Setelah data terkumpul, tahap kedua adalah data display atau penyajian data. Pada tahap ini, peneliti mulai mengorganisir dan menyajikan data dalam format yang lebih terstruktur dan mudah dipahami. Misalnya, membuat tabel yang menunjukkan frekuensi jenis unggahan, matriks yang memperlihatkan pola presentasi diri yang digunakan, atau grafik yang menggambarkan intensitas penggunaan strategi presentasi diri tertentu. Penyajian data ini membantu peneliti melihat pola-pola yang muncul dan memudahkan proses analisis selanjutnya.

Tahap ketiga adalah data *condensation* atau kondensasi data, di mana peneliti melakukan proses pemilihan dan pemfokusan data yang telah disajikan. Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi dan memilah data yang paling relevan dengan fokus penelitian tentang presentasi diri. Misalnya, mengategorikan unggahan berdasarkan strategi presentasi diri seperti ingratiation (upaya untuk disukai), self-promotion (menunjukkan kompetensi), atau exemplification (memberi contoh). Peneliti juga menyaring dan membuang data yang tidak relevan dengan tujuan penelitian.

Tahap terakhir adalah *conclusions* atau penarikan kesimpulan. Berdasarkan data yang telah melalui proses display dan kondensasi, peneliti membuat kesimpulan tentang bagaimana aktor politik melakukan presentasi diri di media sosial. Kesimpulan ini dapat berupa temuan tentang strategi presentasi diri yang paling dominan digunakan, perbedaan strategi antar platform media sosial, atau pola perubahan strategi seiring waktu. Kesimpulan harus didukung dengan bukti-bukti kuat dari data yang telah dianalisis dan dikaitkan dengan teori-teori presentasi diri dan komunikasi politik yang relevan (Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, 2014).





## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Kondisi Geografis Kota Bengkulu

Kota Bengkulu terletak di pesisir barat pulau Sumatera. Di sebelah utara dan timur Kota Bengkulu berbatasan dengan Kabupaten Bengkulu Tengah. Di sebelah barat berbatasan langsung dengan Samudera Hindia. Sedangkan di sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Seluma. Kota Bengkulu di antara  $3^{\circ} 45$  menit- $3^{\circ} 59$  menit lintang selatan, serta  $102^{\circ} 14$  menit –  $102^{\circ} 14$  menit- $102^{\circ} 22$  menit bujur timur. Adapun batas wilayah kota Bengkulu yaitu :

**Tabel 4.1**  
**Batas Wilayah Kota Bengkulu**

<b>Batas Wilayah</b>	<b>Daerah Perbatasan</b>
Sebelah Utara dan Timur	Kabupaten Bengkulu Tengah
Sebelah Barat	Samudera Hindia
Sebelah Selatan	Kabupaten Seluma

Sumber : BPS, Kota Bengkulu dalam angka 2023

Dengan luas wilayah  $151,70 \text{ km}^2$ , Kota Bengkulu memiliki 9 kecamatan. Kecamatan yang memiliki luas wilayah terluas adalah kecamatan yang memiliki luas wilayah terluas adalah Kecamatan selebar, yaitu 30,56% dari luas wilayah kota Bengkulu. Sedangkan kecamatan yang memiliki luas wilayah terkecil adalah Kecamatan Teluk Segara, yaitu 1,82% dari luas wilayah Kota Bengkulu. Jika dilihat dari jarak kecamatan menuju ke Ibukota Kota Bengkulu, Kecamatan Teluk Segara dan Kecamatan Ratu Samban adalah kecamatan yang jaraknya lebih dekat. Sedangkan kecamatan yang jaraknya paling jauh adalah kecamatan Kampung Melayu dan Kecamatan Selebar.

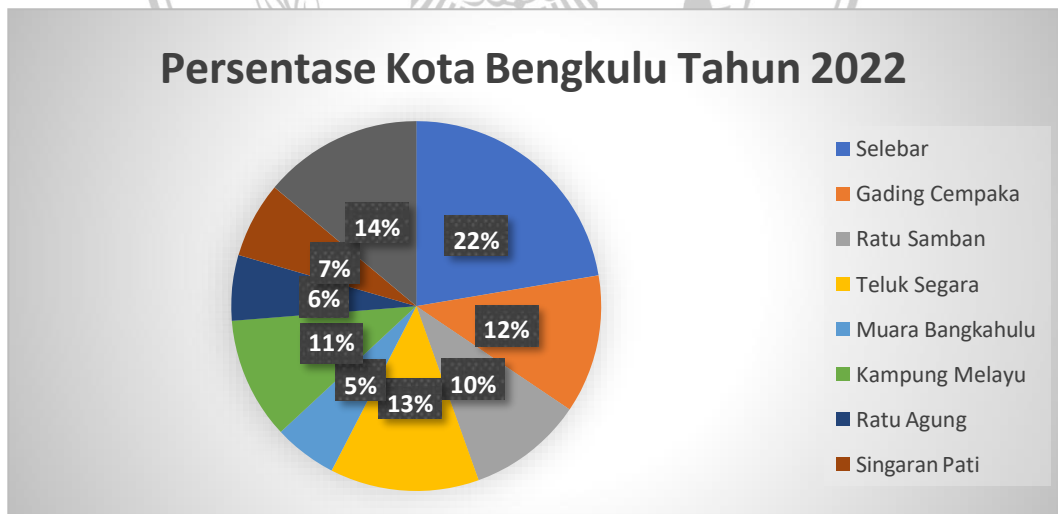
**Tabel 4.2**  
**Statistik Geografi Kota Bengkulu, Tahun 2022**

Kecamatan	Luas Wilayah (km <sup>2</sup> )	Persentase Terhadap Luas Kota
Selebar	46,36	30,56
Kampung Melayu	23,14	15,25
Gading Cempaka	14,42	9,51
Ratu Agung	11,02	7,26
Ratu Samban	2,84	1,87
Singaran Pati	14,44	9,52
Teluk Segara	2,76	1,82
Sungai Serut	13,53	8,92
Muara Bangkahulu	23,18	15,28

Sumber : BPS, Kota Bengkulu dalam angka 2023

Penduduk Kota Bengkulu di tahun 2022 mencapai 284.841 Jiwa. Jika di bandingkan dengan tahun 2021, jumlah penduduk kota Bengkulu mengalami penambahan sebesar 1,65%. Jumlah kecamatan di kota Bengkulu terdiri dari 9 Kecamatan. Dengan kecamatan terluas yaitu kecamatan selebar dengan jumlah 46,36 km<sup>2</sup> mencakup 30,56% dari total luas kota. Kecamatan terkecil yaitu teluk segara dengan jumlah 2,76 km<sup>2</sup>, hanya 1,82% dari luas kota.

**Gambar 4.1 Persentase Kota Bengkulu Tahun 2022**



Sumber : BPS, Kota Bengkulu Dalam Angka 2023

Pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam upaya meningkatkan kualitas Sumber daya manusia (SDM). Memperoleh Pendidikan yang berkualitas adalah fondasi untuk meningkatkan kehidupan masyarakat dan pembangunan. Keberadaan sekolah dan madrasah tersebar di seluruh wilayah kecamatan yang ada di Kota Bengkulu untuk memberikan layanan Pendidikan. Adapun jumlah sekolah menurut kecamatan di Kota Bengkulu tahun 2022/2023 adalah :

**Tabel 4.3**  
**Jumlah Sekolah Menurut Kecamatan di Kota Bengkulu, 2022/2023**

<b>Kecamatan</b>	<b>SD</b>	<b>SMP</b>	<b>SMA</b>	<b>SMK</b>
Selebar	16	6	4	4
Kampung Melayu	6	4	1	1
Gading Cempaka	12	7	4	7
Ratu Agung	22	8	5	6
Ratu Samban	10	3	3	3
Singaran Pati	11	7	2	0
Teluk Segara	14	6	2	1
Sungai Serut	10	3	2	2
Muara Bangkahulu	12	6	4	1
<b>Jumlah</b>	<b>113</b>	<b>50</b>	<b>27</b>	<b>25</b>

**Sumber : BPS, Kota Bengkulu Dalam Angka 2023**

Berdasarkan data di atas, jumlah sekolah yang ada di kota Bengkulu yaitu jumlah sekolah dasar (SD) berjumlah 113 sekolah. Sekolah menengah Pertama berjumlah 50 Sekolah, Jumlah sekolah menengah atas (SMA) sebanyak 27 sekolah, dan Jumlah sekolah menengah kejuruan 25 sekolah.

Jenjang Pendidikan sekolah dasar (SD) terdapat 113 sekolah. Jumlah guru mencapai 2.088 orang dan murid sebanyak 35.262 orang. Selain itu SD juga terdapat Madrasah Ibtidaiyah (MI) sebanyak 18 sekolah, dengan guru mencapai 422 orang dan murid sebanyak 6.447 orang. Jenjang Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) terdapat 50 sekolah, dengan jumlah guru mencapai 1.192 orang dan murid sebanyak 17.737 orang. Selain itu terdapat 11 sekolah Madrasah Tsanawiyah

(MTS). Dengan jumlah guru mencapai 294 orang dan murid sebanyak 3.096 orang.

## **B. Karakteristik Subjek Penelitian dan Informan**

Penelitian ini menganalisis 2 subjek dan 11 informan, temuan mengenai presentasi diri aktor politik di Panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) melalui 2 metode yaitu *purposive* untuk subjek dan *snowball* untuk informan. Karakteristik subjek penelitian dan informan penelitian adalah :

### 1. RM

Subjek RM merupakan Gubernur Bengkulu dua periode sejak 2018-2021 dan 2021 – 2024, lahir pada tanggal 9 Januari 1970. Sebelumnya pernah menjabat sebagai wakil Gubernur Bengkulu periode 2016-2017 dan wakil Bupati Bengkulu selatan periode 2010-2015. Memiliki Riwayat Pendidikan S1 Kedokteran Hewan UGM, S2 Manajemen Agribisnis IPB, S3 Pengelolaan SDA dan lingkungan IPB. Memiliki Riwayat organisasi sebagai Ketua Bidang Diklat HMI Cab. Yogyakarta(1994), Ketua Umum Ikatan Pelajar dan Mahasiswa Provisni Bengkulu Yogyakarta (1994), Ketua DPD Bengkulu Partai Golkar 2018 s/d Sekarang.

### 2. HH

Subjek HH merupakan aktor politik dari Partai Amanat Nasional (PAN), Lahir di Lampung pada tanggal 29 November 1979. Anak bungsu dari enam bersaudara. Memiliki Riwayat Pendidikan , SMA di Jakarta Timur, Menyelesaikan Kuliah di jurusan Ekonomi di Universitas Bengkulu. Memiliki Riwayat organisasi di Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) dan Ketua DPD Bengkulu Partai Amanat Nasional (PAN). Memiliki Karir sejak 2024 telah terpilih menjadi Anggota DPRD Kota Bengkulu. Tahun 2009 terpilih menjadi

anggota DPRD Provinsi Bengkulu, Tahun 2013-2018 terpilih menjadi Walikota Bengkulu, kemudian di lanjutkan dengan terpilih Kembali pada periode 2018-2023.

3. DP

DP merupakan *followers* dari RM di Media Sosial. Alumni ilmu komunikasi di Universitas Bengkulu, lahir di Bengkulu, 12 April 1990. Merupakan tim IT atau tim Media yang bertugas meliput dan mengupload kegiatan subjek RM di Media Sosial. DP telah bekerja sejak 2014 sampai dengan sekarang di Kantor Gubernur Bengkulu. Informan DP di percaya mengikuti aktivitas subjek RM baik di panggung depan maupun panggung belakang.

4. KI

KI merupakan *follower* dan tim IT atau tim Media di kantor Gubernur Bengkulu. Lahir di Bengkulu, 2 Januari 1984, Merupakan tim yang bertugas meliput kegiatan subjek RM sebagai Gubernur. KI bekerja sejak 2013 sampai dengan sekarang. Semuga kegiatan yang di *shoot* selalu di *upload* di Media Sosial atas persetujuan RM.

5. KJ

KJ merupakan *follower* dari RM, lahir di Maubare tanggal 8 April 1974, merupakan juru bicara (jubir) Gubernur Bengkulu dan pengurus aktif Partai Golkar. Pernah menjabat sebagai wakil ketua bidang komunikasi dan informasi DPD Partai Golkar Provinsi Bengkulu. Tahun 2019 menjabat sebagai Plt. Ketua DPD Partai Golkar Kabupaten Bengkulu Utara.

## 6. AS

AS Merupaka *Follower* RM di Media Sosial, lahir di Makassar, 4 Juni 1983, mengikuti akun Instagram @rohidin.mersyah sejak 2020. Kegiatan yang diikuti RM di ikuti pula oleh AS di Media Sosial subjek.

## 7. SS

SS merupakan *follower* dan tim IT atau media yang bertugas meliput kegiatan dan aktivitas Gubernur sehari-hari. Lahir di Bengkulu, 23 Oktober 1980. Saat ini bergabung di tim media di kantor Gubenrnur Bengkulu sejak 2018 s/d sekarang

## 8. RA

RA merupakan *follower* subjek RM di Media Sosial. Lahir 5 Juni 2000, selalu mengikuti RM di Media Sosial. RA lahir di linggau. Aktif dan memiliki pengalaman di Badan Eksekutif Mahasiswa. Selain itu sebagai pemilih maka, informan RA sangat selektif dalam melihat berita.

## 9. TM

TM merupakan *follower* sekaligus tim IT atau tim media dari subjek HH. Lahir di Bengkulu, 18 Januari 1990. Alumni Administrasi Publik di Universitas

## 10. EF

EF merupakan followers dan salah satu satuan polisi pamog praja(Satpol PP), bertugas di kantor walikota Bengkulu, lahir 14 Agustus 1996. Sebagai Satpol PP terus mengamankan jalannya subjek HH. Bertugas sejak 2020 sampai dengan sekarang.

## 11. DW

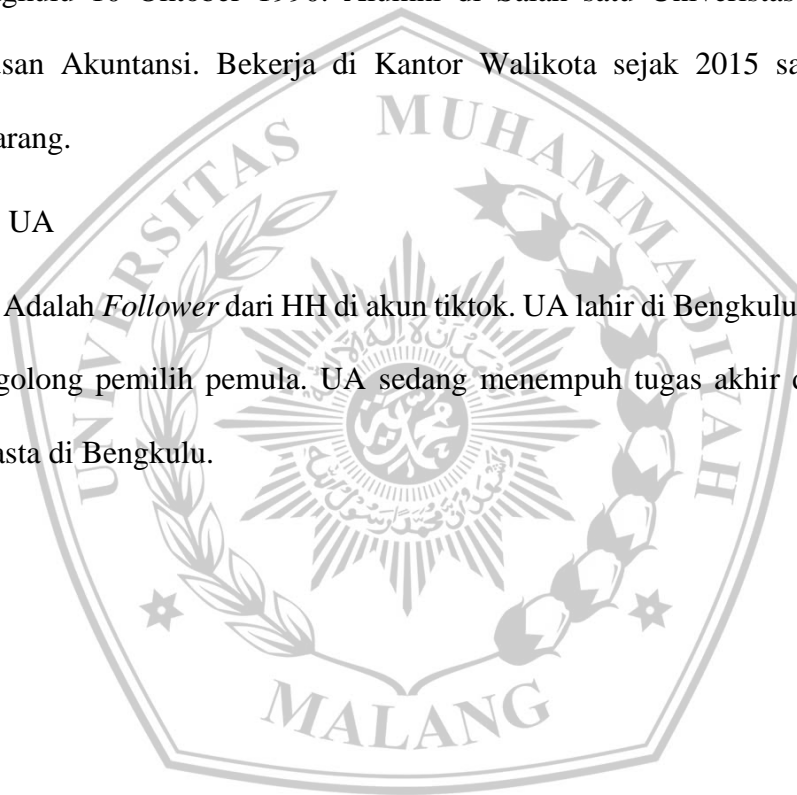
DW merupakan followers sekaligus staf di kantor Walikota Bengkulu, lahir di Palembang 10 Januari 1988. Alumni salah satu Universitas di Yogyakarta. Bekerja di Kantor Walikota Bengkulu sejak 2019 sampai dengan sekarang.

## 12. FQ

FQ merupakan followers sekaligus staf di kantor Walikota Bengkulu. Lahir di Bengkulu 10 Oktober 1990. Alumni di Salah satu Univeristas di Bengkulu jurusan Akuntansi. Bekerja di Kantor Walikota sejak 2015 sampai dengan sekarang.

## 13. UA

UA Adalah *Follower* dari HH di akun tiktok. UA lahir di Bengkulu, 18 Juli 2004. Tergolong pemilih pemula. UA sedang menempuh tugas akhir di Universitas Swasta di Bengkulu.



## C.PEMBAHASAN

Pembahasan dalam bab ini membahas presentasi diri aktor politik di Media Sosial. Pembahasan berdasakan hasil wawancara kepada subjek penelitian dengan menggunakan teori Dramaturgi sebagai pisau analisis. Dengan melihat Bagian panggung depan (*front stage*) tempat dimana aktor politik Helmi hasan dan Rohidin Mersyah berinteraksi dengan publik, sedangkan panggung belakang (*back stage*) aktor politik Helmi Hasan dan Rohidin Mersyah tempat dimana aktor politik bersikap lebih jujur dan otentik. Dalam kontek media sosail , aktor politik memainkan perannya yang di rekayasa di depan *public (front stage)* , tetapi memiliki sisi lain yang lebih pribadi di belakang layar (*back stage*).

Dalam penelitian ini teori yang digunakan sebagai pisau analisis adalah teori Dramaturgi. Teori Dramaturgi yang dimaksudkan oleh Goffman (1959) terkait *front stage* merupakan hal-hal yang ditampilkan dan diperlihatkan kepada “penonton”. Panggung depan mengontrol atau memanipulasi persepsi orang lain terhadap aktor pilitik. Aktor politik menggunakan Media Sosial untuk membangun citra yang diinginkan, memperlihatkan prestasi , membangun citra yang diinginkan, memperlihatkan prestasi dan mengelola kesan yang diinginkan dengan cara mempublikasikan konten, menggunakan bahasa tubuh dan memperlihatkan estetika visual untuk mencapai tujuan. Sedangkan panggung belakang (*Back Stage*) adalah keadaan dimana seseorang berada di belakang panggung dengan kondisi tidak ada penonton , sehingga dapat dipastikan seseorang tersebut dapat berperilaku bebas tanpa memperdulikan sikap/peran dalam sandiwara.



## 1. Presentasi Diri Aktor Politik di panggung depan (front stage) Real Life

Panggung depan menjadi area utama dimana aktor politik mempresentasikan diri kepada khalayak. Mengelola penampilan, gaya penyampaian, pemilihan panggung dan interaksi dengan khalayak, aktor politik mencoba untuk menciptakan kesan (*impression management*).

### a. Penampilan (*Performance*)

Penampilan di panggung depan, aktor politik sangat memperhatikan penampilan. Aktor politik mengenakan pakaian formal seperti setelan jas atau busana khas daerah untuk menciptakan kesan profesional, berwibawa, dan dekat dengan masyarakat. Ekspresi wajah, gaya rambut, serta aksesoris yang digunakan juga diperhatikan untuk mendukung citra yang ingin dibangun. Berdasarkan hasil wawancara kepada subjek HH mengenai penampilan (*Performance*) maka :

“ saya biasanya menggunakan peci putih dan juba putih yang tidak pernah ketinggalan. Aktivitas saya biasanya menggunakan Baju putih, atau baju warna biru, jaket warna biru dilengkapi dengan celak dan tongkat. Untuk acara formal baju batik dan jas serta dasi. Kalau jengot saya dari dulu, dengan celak di mata merupakan bagian sunah Rasul. Selain itu tongkat yang saya bawa. Kalau kegiatan santai saya seperti biasa menggunakan topi dan kaos putih, hitam atau biru. Yang berwarna gelap”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada subjek HH mengenai penampilan (*Performance*) dapat di analisis bahwa Penggunaan gaya berpakaian dengan penggunaan jas dan dasi ketikan acara formal dilengkapi dengan lencana menunjukkan sebagai pejabat publik, memberikan kesan professional, berwibawa dan sesuai dengan perannya sebagai Walikota. Sedangkan penggunaan tongkat dalam penampilannya helmi hasan dapat menyimbolkan kekuasaan, otoritas, dan kepemimpinan. Tongkat sering diasosiasikan dengan figure pemimpin, baik dalam konteks tradisional maupun modern. Dengan menggunakan tongkat, Helmi hasan

mencoba untuk memproyeksikan dirinya sebagai seorang pemimpin yang berkuasa dan berwibawa di hadapan masyarakat. Sedangkan penggunaan celak dapat dilihat sebagai upaya untuk mengikuti sunnah Nabi, melestarikan tradisi dalam islam dan mencoba untuk memperkuat citra dirinya sebagai sosok yang kharismatik dan menarik perhatian masyarakat.

Sedangkan peci merupakan penutup kepala yang erat kaitannya dan identik dengan budaya dan agama islam serta menciptakan kesan religius. Dengan menggunakan peci putih, helmi hasan mencoba untuk memproyeksikan diri sebagai seorang pemimpin yang dekat dengan nilai-nilai budaya dan agama, terutama sebagai seorang muslim. Selain itu dapat membantu membangun hubungan dan penerimaan dari masyarakat yang mayoritas beragama islam. Simbol warna dalam pakaian dapat di anggap sebagai properti yang mendukung peran dan citra diri yang ingin di proyeksikan oleh aktor politik. Dengan menggunakan baju berwarna biru yang sesuai dengan warna partai, aktor politik HH secara tidak langsung menunjukkan identitasnya sebagai bagian dari partai tersebut. Hal ini dapat membantu masyarakat mengetahui dan menghubungkan aktor politik dengan partai dan ideologi yang di wakilinya.

Jika dihubungkan dengan teori dramaturgi Goffman maka tokoh HH sangat konsisten dalam membangun "*personal front*". Setiap elemen pakaian dan atribut yang dipilih dengan cermat untuk mendukung citra tertentu, baik itu religius , professional atau dalam keadaan santai. Varian pakaian untuk berbagai konteks (keagamaan, formal, santai) menunjukkan kemampuan yang baik dalam mengelola kesan sesuai dengan situasi, tetap mempertahankan elemen-elemen kunci identitasnya. Penggunaan Peci, jubah, celak di mata dan penggunaan tongkat

merupakan *sign vehicles* yang kuat, secara cepat mengkomunikasikan identitas dan nilai-nilai tokoh ini kepada audiens. Penggunaan atribut keagamaan dan pilihan warna yang konsisten seperti putih dan biru mempresentasikan versi ideal dari seorang pemimpin yang religius, bersih dan dapat dipercaya dalam dramaturgi merubupakan bentuk "*idealization*". Selain itu setiap pilihan pakaian dan atribut dalam dramaturgi di sebut "*dramatic realization*" yang menekankan aspek tertentu dari karakter tokoh yang religius, profesional dan dekat dengan rakyat. Konsisten dalam penampilan , bahkan dalam situasi santai menunjukkan bahwa tokoh ini sepenuhnya menghayati peran sebagai *figure* publik.

Diperkuat dengan hasil wawancara kepada informan EF menjelaskan bahwa penampilan yang di tunjukkan oleh subjek HH adalah :

"Kalau bapak selalu rapi, harum dan bersih, dengan jangut yang Panjang dan di lengkapi dengan celak di mata. selalu menggunakan Peci atau topi. Beliau jika acara formal menggunakan batik, atau jas yang di padukan dengan dalaman putih. Selain itu kemeja dan kaos yang di pakai sering berwarna putih dan berwarna biru. Kalua kunjungan ke daerah biasanya menggunakan rompi atau jaket yang berwarna biru . Tidak hanya itu, beliau tidak lupa menggunakan Jam tangan dan tongkat".

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan EF mengenai penampilan yang di tunjukkan oleh subjek HH dapat dilihat bahwa penampilan yang di tunjukkan seperti rapi, harum, dan menggunakan atribut seperti peci, topi, batik, jas, kemeja putih atau biru, jam tangan dan tongkat dan celak di mata semua itu menunjukkan upaya mengelola kesan di hadapan masyarakat. Penampilan ini di desain untuk mengelola kesan (*impression management*) di hadapan masyarakat. Sedangkan penampilan dengan jangut , celak di mata dan peci dapat mencerminkan karakter seorang tokoh atau pemimpin yang religius dan berbudaya.

Penggunaan batik, jas dan kemeja yang identik berwarna putih dan biru menunjukkan identitas asal partai dari aktor politik. Mencoba untuk memberikan kesan kepada masyarakat sehingga melekat di benak masyarakat bahwa Subjek HH selalu menggunakan baju baik itu batik, jas maupun kemeja berwarna putih atau biru dan di lengkapi dengan peci berwarna putih. Hal itu dimaksudkan untuk merepresentasikan peran aktor sebagai figur berwibawa, formal dan mencerminkan identitas partai.

Jika di analisis dengan teori dramaturgi maka *Personal front* subjek HH sangat konsisten dalam membangun "*personal front*". Setiap elemen penampilah di pilih dengan cermat untuk mendukung citra tertentu baik itu citra religious, professional atau dekat dengan rakyat. Variasi pakaian untuk berbagai konteks (formal, semi forma, kunjungan daerah) menunjukkan "*impression management*" kemampuan yang baik dalam mengelola kesan sesuai dengan situasi. Elemen-elemen yang digunakan seperti atribut atau symbol dalam dramaturgi penggunaan janggut, celana, peci atau topi, dan tongkat bertindak sebagai "*sign vehicles*" yang kuat, secara cepat mengkomunikasikan identitas dan nilai-nilai aktor kepada audiens.

Sama halnya dengan pendapat EF, menurut informan TM mengenai penampilan HH di panggung depan adalah :

"Bapak selalu rapi, setiap pergi selalu rapi dan selalu berhenti di masjid Ketika ingin sholat. Selain itu bapak lebih suka menginap di masjid katimbang di hotel. Selain itu beliau selalu menggunakan peci , celak dan tongkat. Karena Ketika beliau menggunakan aksesoris tersebut terlihat lebih berwibawa. Ditambah dengan jaket biru beliau. Atau kaos putih dan peci putih. Jika saya sedang bertugas menemani bapak ke acara resmi bapak biasanya menggunakan batik dgn warna selalu ada warna birunya. Jika jas biasanya beliau selalu rapi dilengkapi dengan dasi dan peci".

Berdasarkan hasil wawancara di atas kepada informan TM memperkuat dari pernyataan informan sebelumnya mengenai subjek HH. Penampilan yang selalu rapi, dengan menggunakan peci, celak dan tongkat yang melekat di hati setiap masyarakat, Penampilan ini merupakan “kostum” yang digunakan di panggung depan untuk menampilkan citra tertentu, Pemilihan pakaian dan aksesoris yang konsisten menciptakan kesan berwibawa, religius dan formal. Pemilihan setting seperti lebih memilih menginap di masjid daripada di hotel, serta selalu berhenti di masjid untuk sholat semua itu untuk memperkuat citra sebagai sosok yang religius dan sederhana

Analisis dengan teori dramaturgi maka hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa subjek HH sangat konsisten dalam membangun “*personal front*”. Setiap elemen penampilan dan perilaku dipilih dengan cermat untuk mendukung citra sebagai pemimpin yang religius, berwibawa dan professional. Kerapian yang konsisten, praktik keagamaan yang terlihat dan pemilihan khas menunjukkan “*impression manajemen*” atau manajemen kesan yang sangat terencana dan efektif. Tindakan seperti selalu berhenti sholat dan memilih menginap di masjid menekankan komitmen religius, memperkuat pesan yang disampaikan melalui penampilan. Kombinasi elemen religius (praktik ibadah, peci, dan celak) dengan penampilan professional (kerapian, baik, jas) mempresentasikan versi ideal dari seorang pemimpin yang menggabungkan nilai-nilai religius, tradisional dan modern.

Tidak jauh berbeda dengan hasil wawancara kepada informan TM dan EF, informan DW juga menjelaskan mengenai penampilan (*Performance*) yaitu :

Penampilan yang terlihat Ketika di kantor terlihat sangat rapi, Beliau sering menggunakan Peci, Walaupun Pakaian Dinas Harian (PDH) beliau tetap menggunakan Peci dan celak di mata. Karena itu sudah ciri khas beliau, selain itu beliau sering menggunakan baju putih berkerah. Tidak hanya itu beliau sering menggunakan tongkat, celak dan jam tangan. Karena beliau tidak mau telat atau tidak tepat waktu. Ekspresi wajah beliau tegas, tetapi tetap terkesan ramah. Beliau berbicara secara lantang dan tegas, tidak berbelit-belit Ketika berbicara. Mudah cepat kasian dan cepat mengambil Tindakan untuk memberikan bantuan Ketika melihat orang dalam keadaan kesusahan”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informasn DW mengenai penampilan (*Performance*) adalah subjek HH dengan secara sadar membangun citra yang memadukan unsur-unsur Religius dan tradisional dengan konsistensi menggunakan peci dan celak. Adanya Profesional dan disiplin terlihat dari penggunaan baju PDH, jam tangan dan ketepatan waktu di kantor dan di lapangan. Pemimpin yang kuat namun peduli serta mampu menunjukkan kontrol diri yang baik , ditunjukkan dengan ekspresi tegas tapi ramah , responsif terhadap kesusahan orang lain. Selain itu adanya keterbukaan dan kejujuran dengan gaya bicara yang lantang dan tidak berbelit-belit.

Sama halnya dengan pendapat informan di atas, hasil wawancara kepada informan FQ menjelaskan mengenai penampilan (*Performance*) subjek HH adalah :

“Bapak gaya bicaranya tegas, berwibawa. Ketika dia pidato terlihat seorang pemimpin yang memiliki wibawa dan tegas. Menggunakan Bahasa tidak berlebihan, dan tidak pernah marah ke bawahan di depan orang. Selalu memanggil orang bersangkutan. Postur tubuh dengan tegak dan percaya diri , serta kontak mata dengan audiens. Tapi Ketika isu atau pembahasan serius, maka mukanya juga menampakkan ekspresi serius. Kalua pakaian sering menggunakan pakaian putih, dan biru. Sesuai dengan asal partai. Selain itu sering menggunakan peci berwarna putih”.

Hasil wawancara kepada informan FQ menjelaskan bahwa Penampilan fisik subjek HH Ketika menggunakan pakaian putih dan biru menyimbolkan identitas partai, menunjukkan loyalitas dan konsistensi. Peci putih yang digunakan menandakan identitas religius dan kultural, memperkuat citra sebagai pemimpin yang menunjukkan nilai-nilai tradisional. Sedangkan gaya bicara yang tegas dan berwibawa adalah menampilkan citra pemimpin yang kuat dan kompeten. Postur tubuh yang tegak dan percaya diri adalah bentuk memperkuat kesan wibawa dan kepemimpinan. Kontak mata dengan audiens adalah bentuk keterlibatan, menghargai dan kejujuran, Ekspresi serius membahas isu penting. Sedangkan tidak marah ke bawahan di depan orang, adalah kemampuan sebagai seorang pemimpin yang mengelola citra sebagai pemimpin yang bijaksana dan menghargai martabat orang lain.

Berdasarkan hasil wawancara kepada subjek RM mengenai penampilan (*Performance*) sebagai berikut:

“Saya biasanya menggunakan baju batik basurek khas Bengkulu. Selain itu penggunaan warna juga tidak ada yang khusus, tetapi kebanyakan unsur kuningnya. Di tambah penggunaan topi saat kegiatan olahraga, dan kegiatan resmi biasanya menggunakan peci hitam. Dan jam tangan dan kacamata yang tidak pernah lupa”.

Hasil wawancara di atas dapat di analisis dengan menghubungkan dengan teori dramaturgi bahwa penggunaan baju Batik basurek khas Bengkulu adalah bentuk pertunjukkan aktor politik dalam menampilkan identitas kedaerahan, menyampaikan pesan bahwa subjek RM bangga dengan budaya Bengkulu. Ditambah dengan penggunaan warna kuning yang dominan menunjukkan asal partai dari subjek RM. Dengan konsistensi dalam penggunaan warna menunjukkan kesadaran akan citra diri dan berasal dari partai mana. Sedangkan peci hitam

menunjukkan identitas nasionalis atau religius, menyampaikan rasa hormat terhadap acara formal. Jam tangan mencoba untuk mencitrakan sebagai aktor yang menghargai waktu, menunjukkan profesionalisme dan kedisiplinan. Dalam konteks panggung depan, semua elemen ini berfungsi sebagai “peralatan ekspresif” yang digunakan secara sengaja atau tidak sadar oleh individu dalam pertunjukan sosialnya. Subjek RM, membantu apa yang ada dalam teori Dramaturgi di sebutkan bahwa “pertunjukan yang di tampilkan bertujuan untuk mengelola kesan (impression management) : Memiliki identitas kuat sebagai orang Bengkulu, Profesional dan menghargai waktu, menghormati nilai-nilai religius atau nasionalis, serta menunjukkan identitas asal partai.

Sama halnya dengan apa yang di ungkapkan subjek RM, berdasarkan hasil wawancara kepada informan DP mengenai penampilan (*Performance*) sebagai berikut :

“Beliau selalu menggunakan batik setiap acara dan kunjungan bahkan kami karyawan dan Pemerintah Daerah di anjurkan untuk menggunakan batik basurek sebagai bentuk penghargaan kepada pengrajin dan ciri khas Provinsi Bengkulu. Bapak biasanya untuk acara resmi menggunakan peci, atau jika tidak menggunakan peci dengan rambut klimis dan rapi. Selalu menggunakan kacamata dan jam tangan. Beliau selalu tepat waktu, seandainya acara jam 13.00 , kami sudah di jalan dengan beliau jam 12.30 Wib. Beliau sangat detail, muali dari mengingatkan kami foto harus melihat acaranya apa, lalu background foto juga harus di lihat dan posisi foto beliau”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas , mengenai penampilan dari RM di panggung depan (*front stage*) dapat di analisis bahwa penggunaan batik basurek, peci atau dengan rambut klimis dan rapi, di lengkapi dengan aksesoris kacamata dan jam tangan serta ketepatan waktu dan detail dari foto yang akan di upload semua itu ada kaitannya dengan teori dramaturgi bahwa semua elemen ini menunjukkan bagaimana subjek RM membangun citra publik yang diinginkan



sebagai seorang pemimpin yang menghargai budaya lokal, rapi, tepat waktu dan memperhatikan detail. Kesan yang tertangkap adalah setiap elemen yang dipilih untuk mendukung peran yang di mainkan sebagai pemimpin yang menghargai budaya lokal, professional dan Pemimpin yang memperhatikan secara detail setia kegiatan.

Berdasarkan analisis dengan teori dramaturgi, maka hasil wawancara diatas dapat dilihat bahwa subjek RM sangat konsisten dan cermat dalam membangun “*personal front*” . setiap elemen penampilan dari batik hingga kacamata, dipilih dengan hatu-hati untuk mendukung citra sebagai pemimpin yang professional, menghargai budaya lokal, dan *detail-oriented*. Kesan atau impression management di perlihatkan dari ketepatan waktu , perhatian terhadap detail dan konsistensi dalam penampilan menunjukkan kesan sangat terencana dan efektif. Penggunaan batik basurek dan mendorong orang menggunakan itu merupakan komitmen terhadap budaya dan ekonomi lokal , memperkuat pesan yang ingin disampaikan melalui penampilan. Kombinasi profesional(ketepatan waktu, memperhatikan sampai detail) serta penghargaan terhadap budaya lokal (pengunaan batik basurek) mempresentasikan versi “*idealization*” atau ideal dari seorang pemimpin yang menghargai nilai-nilai tradisional dan mampu meningkatkan perekonomian daerah.

Tidak jauh berbeda dengan hasil wawancara kepada informan DP, informan KI juga menjelaskan tentang penampilan (*Performance*) subjek RM sebagai berikut

:

“Penggunaan Baju Batik basurek itu selalu beliau gunakan dan kebanyakan dominan warna kuning, benar apa yang di sebutkan DP, bahwa kami karyawan di anjurkan untuk mengenakan batik basurek. Setiap acara-acara resmi beliau menggunakan peci, baju formal seperti batik atau jas, dan yang tidak pernah ketinggalan adalah kacamata dan jam, kalua acara tidak formal atau acara pertandingan biasanya bapak menggunakan baju kasual dan topi, dan baju

bapak tidak pernah tidak berkera. Untuk lencana di gunakan pada saat acara resmi kenegaraan, atau pada saat di kantor ”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka subjek RM menunjukkan konsistensi yang kuat dalam presentasi diri, yang merupakan elemen penting dalam dramaturgi. konsistensi penggunaan kain batik basurek adalah simbol yang menunjukkan identitas budaya dan kearifan lokal. Pesan yang di bangun adalah menekankan pentingnya melestarikan budaya daerah dan mempromosikan daerah di luar. Penggunaan warna kuning menunjukkan *background* dan nilai-nilai yang dianut dari partai atau ideologi tertentu. Konsistensi ini membantu membangun kepercayaan dan ekspektasi dari “*audiens*” dalam hal ini masyarakat dan karyawan.

Sama halnya dengan penjelasan informan di atas, berdasar hasil wawancara kepada Informasn KJ mengenai Penampilan (*Performance*) yaitu :

“Pak RM sangat arif dan bijaksana, tidak membedakan antara bawahan satu dengan lainnya. Bahkan identitas lokal seperti menggunakan pakaian batik basurek disebarluaskan secara langsung dan foto-foto di upload di Media Sosial. Penggunaan kaca mata dan peci hitam yang menjadi ciri khas. Beliau selalu rapi, dengan penampilan yang elegan terlihat dari jam tangan. Selain itu kosakata atau pemilihan kata yang terstruktur dan rinci. Sampai yang detail bapak tau apa yang harus di Bahas. Selain itu kesan yang terlihat dari foto dan video yang di upload terlihat sekali bapak sebagai seorang pemimpin selalu mengayomi , Ketika ada ibu -ibu yang ingin foto bapak merangkul dan mempersilahkan, selain itu Ketika ada masukan bapak mendengarkan. Selain itu bapak orangnya mudah senyum jadi kesan di foto dan video terlihat karakter yang *humble* ”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan KJ terlihat konsisten dalam menampilkan citra pemimpin yang ideal melalui penampilan , perilaku dan interaksi publik. Hal ini sesuai dengan konsep *front stage* Goffman di mana individu menampilkan versi terbaik. Sedangkan kesan yang di ditampilkan dengan hati-hati Ketika berpakaian hingga cara berinteraksi. Citra yang ditampilkan dengan versi sebagai seorang pemimpin yang peduli, professional dan terhubung dengan

masyarakat. Tindakan-tindakan seperti merangkul masyarakat atau mendengarkan masukan adalah bentuk kepedulian kepada masyarakat. Kesan yang di tampilkan sangat sejalan dengan teori dramaturgi. Subjek RM menciptakan dan mempertahankan citra sebagai pemimpin yang ideal dan bijaksana, peduli, profesional dan terhubung dengan masyarakat. Melalui pengelolaan yang cermat atas penampilan, perilaku dan interaksi publik. Konsistensi dalam pertunjukan dalam berbagai panggung memperkuat kesan yang dapat membangun kepercayaan publik.

#### **b. Pemilihan Panggung (Setting)**

Pemilihan panggung (*Setting*) Aktor politik memilih panggung yang sesuai untuk mempresentasikan diri. Panggung formal seperti acara resmi pemerintahan, kampanye politik, atau pidato kenegaraan digunakan untuk menunjukkan kewibawaan dan legitimasi kepemimpinan. Sementara itu, panggung informal seperti acara adat, keagamaan, atau kunjungan ke masyarakat bertujuan untuk membangun kedekatan dengan masyarakat. Berdasarkan informan DP mengenai setting subjek RM di panggung depan (*front stage*) sebagai berikut :

“untuk setting seperti pada saat di acara resmi, pada saat beliau pidato selalu menyapa mulai dari terhormat hingga masyarakat atau tamu undangan yang hadir. Selain itu pada saat pidato di acara resmi seperti hari ulang tahun Bengkulu atau hari Ulang tahun Indonesia atau bahkan acara-acara yang beliau buka secara resmi selalu menggunakan Bahasa lugas, runut dalam menyampaikan dan selalu memberikan kesempatan di akhir pidato atau sambutan jika ada saran atau masukan boleh menyampaikan secara langsung ke no telp beliau. Selain itu Ketika kunjungan ke daerah, banyak orang yang ingin foto dan berjabat tangan, beliau selalu bersedia dan memberikan kesempatan”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan DP mengenai setting subjek RM di panggung depan (*front stage*) terlihat bahwa RM menunjukkan sebagai pemimpin yang mampu beradaptasi dalam berbagai lapisan masyarakat dari “ yang

terhormat” hingga masyarakat umum. Ini menunjukkan kesadaran akan kompleksitas audiens dan kemampuan untuk memainkan peran yang sesuai dengan setiap lapisan. Pertunjukkan ini mencerminkan keahlian seorang pemimpin dalam “*role-taking*” dan *role-making*, seorang pemimpin yang aktif menyesuaikan penampilannya untuk memenuhi harapan berbagai segmen masyarakat.

Penggunaan Bahasa yang lugas Ketika berpidato dan runut Ketika menjelaskan dan pemberian nomor telepon pribadi dapat dilihat sebagai upaya untuk mengurangi ketegangan antara peran formal sebagai pemimpin dan keinginan untuk terlihat tidak adanya jarak sosial. Pola sapaan yang konsisten dan pemberian kesempatan kepada khalayak untuk *feedback* di akhir pidato menunjukkan adanya ritualisasi dalam interaksi. Ritualisasi berfungsi menciptakan prediktabilitas dan kenyamanan bagi audiens sekaligus memperkuat peran pemimpin dalam setting sosial. Tidak jauh berbeda dengan pendapat informan DP, informan KI menjelaskan mengenai *setting* subjek RM di panggung depan (*front stage*) :

“Pada saat di kantor, Ketika bapak memberikan arahan sangat lugas, tidak terburu-buru selalu tenang tetapi kenai sasaran. Kami tim IT selalu ikut kemana bapak pergi, sebelum pergi kami selalu di tanya sudah makan blm, sudah sholat blm. Kalau waktunya blm makan. Kami biasanya di ajak bapak makan di luar, kalau bapak sudah makan di tmpt yng di tuju, bapak selalu memberikan kesempatan kepada kami untuk makan dulu dan sholat dulu, sebagai pemimpin beliau sangat baik, memperhatikan bawahan dan selalu ramah Ketika tegur sapa di kantor. Bahkan Ketika kami yang satu suku dengan beliau Ketika di perjalanan, sering menggunakan Bahasa serawai. Selain itu Ketika kelapangan, untuk bertemu dengan masyarakat bapak banyak menggunakan baju batik basurek sebagai ciri khas Bengkulu”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka dapat di analisis berdasarkan teori dramaturgi, subjek RM sebagai pemimpin sangat terampil dalam mengelola presentasi diri di berbagai *setting*. RM berhasil ,membentuk citra multi-dimensi yang mencakup professional, kepedulian personal, dan kedekatan dengan budaya

local. Penggunaan elemen-elemen budaya seperti Bahasa daerah dan batik basurek menjadi alat penting dalam strategi pengelolaan kesan, terutama memperkuat identitas local dan membangun koneksi dengan bawahan dan masyarakat. Semua ini bagian dari pertunjukkan di panggung depan sehingga apa yang di pertunjukkan di setting dapat membangun dan mempertahankan citra positif sebagai pemimpin.

Diperkuat dengan pernyataan dari informan KJ mengenai setting subjek RM sebagai berikut :

“ Bapak Ketika pergi ke acara resmi pemerintahan selalu rapi dengan baju PDH nya, selalu menggunakan topi atau peci hitam. Selain itu tidak pernah lupa untuk kacamata dan jam tangan, saat pidato beliau selalu rinci , penggunaan Bahasa yang tidak menyinggung, selalu membuka dengan pantun sehingga menghidupkan suasana. Sementara itu, panggung informal seperti acara adat bapak sellau menggunakan baju adat Bengkulu, Ketika ulangtahun Bengkulu, hari kemerdekaan bapak selalu membagikan makanan dan membuka open house . sedangkan untuk kunjungan ke masyarakat sering bapak lakukan untuk melihat sejauh mana masyarakat menerima bantuan dari pemerintah”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan KJ mengenai setting dari subjek RM terlihat bahwa kesan professional dan berwibawa terlihat dari penggunaan pakaian dinas harian (PDH) dalam acara resmi pemerintahan, penggunaan atribut seperti topi, peci , kacamata dan jam tangan. Selain itu kesan bijaksana dan diplomatis terlihat dari penggunaan Bahasa yang tidak menyinggung dalam pidato menunjukkan kehati-hatian dan kepekaan terhadap audiens. Kemampuan beradaptasi dengan berbagai situasi (formal dan informal) menunjukkan fleksibilitas dan kecerdasan sosial. Selain itu kesan pemimpin yang dekat dengan rakyat di buktikan Ketika seringnya melakukan kunjungan ke masyarakat menunjukkan kepedulian dan keinginan untuk terhubung dengan

rakyat. Secara keseluruhan, impression management yang ditampilkan adalah citra seorang pemimpin yang kompeten, berwibawa, berbudaya, dekat dengan rakyat dan mampu beradaptasi dengan berbagai situasi. Selain itu subjek RM memproyeksikan kesan sebagai pemimpin yang ideal, yang menggabungkan profesionalisme dengan sentuhan personal dan kearifan lola. Manajemen kesan ini tampaknya dirancang untuk membangun kepercayaan, menginspirasi rasa hormat, dan menciptakan hubungan yang positif dengan berbagai lapisan masyarakat. Sama halnya dengan informan KJ, menurut informan AS mengenai setting yang ditampilkan oleh subjek RM adalah :

“Bapak Ketika berbicara intonasinya tidak pernah meninggi selalu stabil, selain itu pakaian yang dikenakan selalu rapi, gaya rambut kumis dan penampilan rapi dan bersih dengan kacamata. Karakter yang ditampilkan ramah dan bijaksana Ketika mengambil keputusan, serta terlihat ramah dan mengayomi Ketika berdiskusi dan menanyakan *roundon acara*. Setiap ada informasi selalu terbuka dan diinformasikan di grup”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan AS mengenai setting panggung depan subjek RM terlihat bahwa aktor politik RM sangat efektif mengelola panggung depan. Mencoba untuk memproyeksikan citra seorang pemimpin yang profesional, bijaksana, terbuka, dan dapat diandalkan. Konsistensi dalam penampilan dan perilaku memperkuat kesan positif. Strategi manajemen kesan yang diterapkan tampaknya bertujuan untuk membangun kepercayaan, menunjukkan kompetensi dan menciptakan hubungan yang positif dengan berbagai pemangku kepentingan. Pendekatan ini sangat sesuai dengan prinsip-prinsip dramaturgi, di mana aktor politik secara sadar dan konsisten “mementaskan” versi terbaik untuk mencapai tujuan politik.

Jika dihubungkan dengan teori dramaturgi maka gaya komunikasi dengan intonasi yang stabil, tidak pernah meninggi menunjukkan dalam teori dramaturgi ini termasuk “*expressive control*” dimana aktor politik RM menunjukkan pengendalian emosi dan ketenangan, yang dapat meningkatkan kesan sebagai pemimpin yang bijaksana dan dapat di andalkan. Penampilan fisik yang selalu rapi, gaya rambut fan penampilan rapi bersih dilengkapi dengan kacamata merupakan bagian dari “*personal front*” dalam dramaturgi. Penampilan yang konsisten dan rapi menciptakan kesan profesional, terpercaya dan kompeten. Untuk karakter yang di tampilkan seperti ramah, bijaksana dalam mengambil keputusan dan mengayomi Ketika berdiskusi merupakan bentuk “*idealization*” dalam dramaturgi, dimana aktor politik menampilkan versi ideal dari seorang pemimpin yang di harapkan masyarakat (ramah, bijaksana dan peduli). Sedangkan selalu terbuka dan menginformasikan semua hal yang dapat di infokan di grup ini merupakan bagian dari “*dramatic realization*” , dimana aktor politik menekankan aspek keterbukaan dan transparansi untuk memperkuat citra sebagai pemimpin yang dapat di percaya. Berdasarkan hasil wawancara kepada informan TM mengenai *setting* subjek HH di panggung depan (*front stage*) sebagai berikut :

“Bapak Ketika acara resmi pemerintahan selalu rapi menggunakan atribut sebagai abdi negara, Ketika kampanye politik bapak juga menyesuaikan dengan partai asal seperti menggunakan baju, rompi dan topi yang berasal dari partai. Ketika berpidato bapak tidak pernah posisi badan miring atau tegak tidak lurus. Selalu badan condong kedepan, tegak lurus dan sering menggunakan tangan Ketika sedang berbicara. Selain itu beliau tidak mau bertele-tele, kata-kata beliau Ketika berpidato selalu melihat tema nya apa kemudian menyesuaikan dengan pesan yang harus di sampaikan. Ketika acara adat maka beliau menggunakan detar, baju adat Bengkulu. Selain itu Ketika hari keagamaan beliau sering menghadiri acara-acara di masjid dan yang tidak pernah ketinggaln peci putih beliau, dengan baju jubah putih beliau atau baju koko putih beliau. Di lengkapi dengan tongkat dan celak di mata. Selain itu membagikan 1000 makanan gratis kepada masyarakat”.

Ketika kunjungan ke masyarakat, beliau mengumpulkan RT RW untuk menanyakan keadaan warga, mendata siapa yang belum memiliki BPJS gratis yang bagi membutuhkan, jika ada yang belum langsung di tindak lanjuti”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan TM mengenai *setting* panggung depan subjek HH terlihat bahwa penampilan subjek HH di acara resmi dengan penggunaan atribud abdi negara, lalu Ketika kampanye menggunakan baju, rompi dan topi partai , acara adat dengan menggunakan detar, baju adat, acara keagamaan dengan menggunakan peci, jubah atau baju koko, tongkat dan celak di mata semua penampilan yang di tunjukkan sesuai dengan teori dramaturgi menyebutkan semua itu adalah “personal front” dari aktor politik. Aktor politik sangat cermat dalam menyampaikan penampilan dengan konteks acara, menunjukkan kemampuan adaptasi yang tinggi dan pemahaman akan ekspektasi audiens yang berbeda-beda. Selain itu postur tubuh yang tegak lurus, condong kedepan sering menggunakan Gerakan tangan saat berbicara menunjukkan “*ekpressive control*” dalam dramaturgi. Postur tubuh yang konsisten dan penggunaan Gerakan tangan yang menunjukkan keterlibatan aktif dan kepercayaan diri sekaligus memperkuat pesan yang di sampaikan. Gaya komunikasi yang tidak bertele-tele, menyesuaikan pesan dengan tema acara ini mencerminkan “*dramatic realization*” dalam dramaturgi. Aktor politik HH memahami pentingnya efisiensi komunikasi dan relevansi pesan yang dapat meningkatkan dampak dan penerimaan audiens. Selain itu aktivitas seperti menghadiri acara di masjid, acara adat, membagikan 1000 makanan gratis, mendata warga untuk BPJS gratis semua itu adalah aktivitas yang merupakan bentuk “*idealization*” dalam dramaturgi, dimana aktor menampilkan diri seusai dengan nilai-nilai yang idela yang di hargai masyarakat (religus, dermawan dan peduli rakyat).



Berdasarkan hasil wawancara kepada informan EF mengenai setting panggung depan subjek HH sebagai berikut :

“ beliau untuk berbicara di depan wartawan atau media atau publik sama, tegas, visioner, tujuannya jelas tergambar. Selalu mengedepankan kepentingan masyarakat. Intonasi bapak tidak pernah meledak-ledak, selalu tenang tapi tegas. Kontak mata selalu di lakukan Ketika ada diskusi atau interaksi. Selain itu Ketika bicara bapak selalu meminta semoga “diberikan hidayah oleh Allah”, itu semua bentuk syukur dan menyerakan diri kepada Sang Pencipta sebagai hamba. Ketika bertemu dengan masyarakat beliau langsung mengulurkan tangan untuk berjabat tangan”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan TM mengenai setting panggung depan (*Front stage*) terlihat bahwa konsistensi dalam penampilan di berbagai situasi (Ketika menghadapi wartawan, media, publik). Ini sesuai dengan konsep “*personal front*” dalam dramaturgi, dimana aktor politik mempertahankan citra yang konsisten untuk membangun kredibilitas dan kepercayaan. Gaya komunikasi yang tegas dan *visioner* menunjukkan karakter yang kuat dan memiliki arah yang jelas. Intonasi yang tenang namun tegas menggambarkan control emosi dan kepercayaan diri yang baik. Kontak mata mengindikasikan keterlibatan dan kejujuran dalam interaksi. Gaya komunikasi ini merupakan bagian dari “*dramatic realization*” dalam teori dramaturgi , dimana aktor politik menekankan aspek-aspek tertentu dari penampilannya untuk menciptakan kesan yang diinginkan. Pesan utama selalu mengedepankan kepentingan masyarakat . Hal ini adalah bagian dari “*idealization*” dalam dramaturgi, dimana aktor politik mempresentasikan diri sesuai dengan nilai-nilai yang di hargai oleh audiens. Manajemen kesan yang ditimbulkan melalui gaya bicara, pesan yang di sampaikan, gestur merupakan bagian dari “*impression management*” yang cermat, bertujuan untuk menciptakan citra sebagai pemimpin yang tegas, *visioner* , peduli masyarakat dan *religious*.

Sama halnya dengan pendapat informan DW mengenai *Setting* panggung depan yang dilakukan oleh subjek HH yaitu :

“Bapak pribadi yang tegas, ramah dan dermawan. Ketika kunjungan ke daerah bertemu ibu-ibu yang sudah tua, bapak-bapak yang sudah tua seperti nelayan, atau pekerja serabutan beliau selalu memberikan sembako dan uang. Secara spontan beliau mengeluarkan uang di dalam dompet. Kepedulian beliau kepada masyarakat itu tinggi. Ketika berbicara beliau tidak mau membelakangi atau berada di samping warga tetapi selalu berhadapan dengan warga Ketika berbicara. Beliau setiap bicara atau pidato selalu menyelipkan kata-kata bijak atau hadist yang membuat orang memiliki motivasi dan visi untuk hidup lebih baik. Tidak pernah marah di depan umum Ketika terjadi kesalahan, kami bawahan selalu di panggil Ketika terjadi kesalahan. Selalu tepat waktu setiap menghadiri acara, beliau tidak pernah menggunakan menggunakan peci putih dan tongkatnya atau topi. Selain itu pidato beliau tidak pernah menyinggung pihak lawan, selalu melihat dari sisi positif”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan DW mengenai setting panggung depan subjek HH yaitu karakter yang di tampilkan seperti tegas, rendah hati dan dermawan, kepedulian tinggi terhadap masyarakat, tidak pernah marah di depan umum. Dalam konteks dramaturgi, ini merupakan “*idealization*”. Subjek HH mempresentasikan versi ideal seorang pemimpin yang memiliki kombinasi ketegasan, keramahan serta menunjukkan pengendalian emosi yang baik di depan publik. Untuk interaksi dengan masyarakat memberikan sembako dan uang, selalu berhadapan Ketika berbicara, ini merupakan bentuk “*dramatic realization* dalam dramaturgi. Tindakan memberi bantuan secara spontan dan posisi berhadapan Ketika berbicara menekankan pesan kepedulian dan keterbukaan. Gaya bicara yang tidak menyinggung lawan bicara, selalu berfikir positif, dan menyelipkan kata-kata bijak atau hadist dalam pidato menunjukkan “*ekspresive control*” yang baik. Penggunaan kata-kata bijak dan hadits serta menghindari konfrontasi menciptakan citra pemimpin yang bijaksana dan beretika. Di perkuat dengan manajemen waktu

yang menunjukkan “*personal front*” aktor politik dalam ketepatan waktu yang dapat memperkuat citra profesionalisme dan menghargai orang lain. Untuk penampilan yang konsisten dengan peci putih, tongkat dan celak di mata merupakan “Performance” dalam “personal front”. Atribut-atribut ini menjadi symbol visual yang konsisten, dapat memperkuat citra tradisional atau religious.

### **c. Pengelolaan Kesan (*Impression Management*)**

Pengelolaan Kesan Aktor politik secara aktif mengelola kesan yang ingin disampaikan kepada audiens melalui penampilan, gaya penyampaian, dan pemilihan panggung yang tepat. Aktor politik menciptakan kesan sebagai seorang pemimpin yang professional, berwibawa, dekat dengan rakyat. Pengelolaan kesan ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan dukungan dari publik. Adapun hasil wawancara kepada informan DW mengenai kesan yang di tampilkan subjek HH di publik sebagai berikut :

“ Kesan yang terlihat di publik Ketika bapak berhadapan langsung dengan masyarakat , bapak selalu terbuka untuk menerima masukan, penampilan yang terlihat bapak sangat religius konsisten dalam penggunaan peci, celak dan tongkat. Selain menggunakan baju koko atau kemeja berwarna putih , pak HH Penggunaan baju PDH, jam tangan dan ketepatan waktu selalu di kedepankan. Selain itu setiap kegiatan selalu berhenti Ketika jam sholat , kami selalau berhenti ke masjid. Ekspresi yang tegas tapi tetap ramah, responsof terhadap kesusahna orang lain. Selai itu kejujuran yang terlihat dengan gaya bicara yang lantang dan tidak berbelit-belit”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan DW mengenai kesan yang di timbulkan oleh HH di publik adalah citra religius dan tradisonal secara sadar membangun citra yang memadukan unsur religius dan tradisional dengan konsisten menggunakan peci dan celak. Persepsi yang terbentuk adalah sebagai pemimpin yang memegang nilai -nilai agama dan budaya. Strategi ini dapat meningkatkan

kepercayaan dan rasa hormat dari masyarakat. Kesan yang timbul yang kedua adalah profesionalisme dan disiplin. Penggunaan baju PDH atau pakaian dinas harian, jam tangan dan ketepatan waktu di kantor dan lapangan menunjukkan bahwa HH memberikan kesan sebagai pemimpin yang profesional dan disiplin. Kesan ini dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan dari bawahan dan mitra kerja. Kepemimpinan yang kuat namun peduli, ekspresi muka yang tegas Ketika berbicara namun ramah dan responsif terlihat dari kepedulian HH dalam merespon terhadap kesusahan orang lain. Keterbukaan dan kejujuran yang di perlihatkan dari gaya bicara yang lantang dan tidak berbelit-belit menunjukkan HH sebagai pemimpin yang terbuka dan jujur. Sama halnya dengan informan EF, menurut informan TM mengenai kesan yang di tampilkan dari subjek HH sebagai berikut :

“ Beliau selalu rapi dan bersih, bahkan jangkut pun di sisir. kegiatan kami selalu di mulai dengan doa, berhenti di setiap masjid Ketika di luar kami selalu ikut bapak berhenti di masjid-masjid. Bapak lebih suka tidur di masjid Ketimbang di hotel. Keseharian beliau selalu sederhana, beliau sering menggunakan peci, celak dan tongkat. Beliau sering menggunakan jaket biru atau kemeja putih dan peci dominan putih. Selain itu batik yang di gunakan kebanyakan berwarna biru, kalau pakai jas dilengkai dengan peci dan dasi”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Kerapian dan konsistensi HH menjaga penampilan agar terlihat rapi dan bersih menunjukkan bahwa sebagai pemimpin yang profesional, terorganisir dan memperhatikan detail. Konsistensi dalam kerapian ini meningkatkan kepercayaan dan rasa hormat dari orang-orang di lingkungan HH. Tidak hanya itu kebiasaan selalau berhenti di masjid untuk sholat dan lebih memilih menginap di masjid ketimbang di hotel menunjukkan sebagai pemimpin yang religius dan berkomitmen terhadap ajaran agama. Di tambah dengan penggunaan peci, celak, dan tongkat menunjukkan bahwa HH berusaha

membangun citra yang memadukan unsur religius dan tradisional. Kemampuan untuk menyesuaikan pakaian sesuai dengan acara (misalnya menggunakan batik dengan sentuhan warna biru atau jas lengkap menunjukkan HH memahami pentingnya etiket berpakaian dan mampu beradaptasi dengan berbagai situasi formal. Semua ini dapat meningkatkan citra sebagai pemimpin yang sopan, menghormati protocol dan memiliki wawasan luas. Sedangkan konsistensi warna biru menunjukkan asal partai dari HH.

Sama halnya dengan pernyataan informan EF, TM dan DW , hasil wawancara kepada informan FQ mengenai kesan yang di tampilkan di publik adalah :

“Kesan yang terlihat dari bapak, adalah beliau pemimpin yang tegas, berwibawa, tidak pernah bertele-tele. Ketika pidato beliau terlihat sangat percaya diri, berwibawa dan tegas. Penggunaan Bahasa yang tidak berlebihan, tidak pernah marah didepan orang atau tidak pernah memarahi kami di depan orang. Postur tubuh bapak selalu tegap dan terlihat percaya diri dan selalu kontak mata dengan orang yang berbicara dengan kita. Penggunaan pakain yang sering di gunakan beliau adalah berwarna putih dan biru, sesuai dengan asalh partai bapak. Selain itu peci putih yang selalu beliau gunakan”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan FQ, mengenai kesan yang di tampilkan bahwa dari gaya bicaya HH yang tegas dan berwibawa, postur tubuh yang tegak dan menunjukkan percaya diri di lengkapi dengan kontak mata yang baik dengan audiens menunjukkan kepemimpinan yang kuat. Selain itu penggunaan Bahasa yang tidak berlebihan, pengendalian emosi atau tidak pernah marah di depan umum serta pendekatan pribadi dalam menangani masalah menunjukkan sebagai seorang pemimpin yang professional. Penggunaan Bahasa yang tidakberlebihan menunjukkan kemampuan berkomunikasi secara jelas dan efektif. Selain itu kebiasaan memanggil bawahan secara personal dan tidak

mempermalukan di depan umum menunjukkan sebagai pemimpin yang mampu menghargai bawahan atau anggota tim. Selain itu penggunaan pakaian putih dan biru yang sesuai dengan warna partai menunjukkan loyalitas dan identifikasi kuat dengan afiliasi asal politik. Selain itu penggunaan peci menunjukkan sebagai pemimpin yang religius dan menghormati nilai-nilai kearifan lokal. Secara keseluruhan manajemen impresi yang terlihat bertujuan untuk membangun citra seorang pemimpin yang kuat, berwibawa, Profesional, religius dan berkomitmen pada nilai-nilai partai.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan DP mengenai *impression management* atau kesan yang di timbulkan dari subjek RM yaitu :

“Bapak orangnya ramah, santun dan berwibawa. Ketika berbicara terlihat kecerdasan beliau dalam menganalisis dan menjelaskan . selain itu beliau tepat waktu, tidak pernah mau datang terlambat, dan tidak pernah mau di tunggu masyarakat. Selain itu Ketika ada masukan bapak tidak langsung menanggapi cepat-cepat , tetapi lebih di analisis terlebih dahulu baru menanggapi dan menindaklanjuti dengan rapat dengan kepala dinas. Bapak orangnya royal , kita sering di ajak makan, bahkan Ketika ada tempat belanja kami di izinkan juga untuk memilih baju yang ada di pameran tempat di bukanya acara oleh bapak”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan DP maka dapat di analisis bahwa *impression management* yang sangat terstruktur dan efektif. Subjek membangun citra sebagai pemimoin yang ideal-cerdas, bijaksana , tepat waktu dan dermawan. Melalui perspektif dramaturgi, maka dapat dilihat bagaimana berbagai aspek perilaku dan interaksi di atur untuk menciptakan dan mempertahankan kesan positif. Selain itu jika di kaji lebih dalam , subjek menampilkan kepribadian yang positif seperti ramah, santun dan berwibawa, kemudian kecerdasan dan professional terlihat dari kemampuan dari analisis dan penjelasan yang baik saat berbicara, tepat waktu dan menghargai waktu orang. Di lengkapi dengan kepemimpinan yang

bijaksana di lihat dari menganalissi Ketika ada masukan dan melibatkan tim atau kepala dinas dalam pengambilan keputusan.

Sama halnya dengan hasil wawancara kepada informan KI mengenai kesan atau *impression management* dari subjek RM yaitu :

“ Beliau sangat merangkul , mengayomi terlihat dari tutur Bahasa Ketika berpidato dan memberikan arahan Ketika apel. Beliau juga melihat potensi-potensi yang ada pada bawahan, tanpa membedakan dari suku atau daerah mana. Ketika berpotensi maka akan di tempatkan sesuai dengan keahliannya. Selain itu kami di ajak untuk berperan aktif dari setiap kegiatan yang ada di provinsi Bengkulu. Kami melihat bahwa beliau tepat menjadi pimpinan karena emosi yang terkendali, tidak pernah memarahiorang di muka umum. Setiap ada yang mengadukan atau memberikan masukan mengenai kenakalan bawahan atau yang tidak sesuai dengan SOP, maka bapak memanggil orang bersangkutan dan memberikan sanksi sesuai pelanggaran:. Sampai sejauh ini bapak masih bijaksana”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan KI mengenai *impression management* atau kesan yang di tampilkan sangat efektif dalam membangun citra pemimpin yang ideal. Melalui perspektif Dramaturgi, dapat dilihat bagaimana subjek dengan cermat mengelola panggung depan untuk memproyeksikan image positif sebagai pemimpin yang inklusif , adil dan bijaksana. Sementara itu, beberapa aspek kepemimpinan (seperti pengambilan keputusan dan penanganan masalah) diambil secara bijaksana untuk mempertahankan aura dan wibawa. Control emosi

yang baik dan konsisten dalam bersikap bijaksana menunjukkan disiplin dramaturgical yang kuat. Selain itu strategi dalam mengajak bawahan berperan aktif menunjukkan upaya membangun loyalitas tim dalam “pertunjukan” kepemimpinan.

Tidak jauh berbeda dengan pernyataan hasil wawancara di atas, berdasarkan hasil wawancara kepada informan KJ mengenai *impression management* atau

kesan yang di timbulkan dari panggung depan (*front stage*) subjek RM sebagai berikut :

“ Beliau secara agama bagus, tercermin dari beribadahnya, dari tutur katanya yang santun, tegas dan berwibawa. Tutur katanya mencerminkan pendidikannya, terlihat dari kosa kata yang keluar selalu bijak dan mengeluarkan solusi. Bapak kalau bicara jelas, runut dan tidak memojokkan pihak manapun. Bapak sangat cinta dengan budaya Bengkulu, mengajak kami untuk menggunakan batik basurek Bengkulu. Beliau sangat merangkul baik itu bawahan, atau teman-teman dari organisasi yang pernah beliau ikuti seperti HMI”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dilihat bahwa *impression management* yang ditampilkan sangat komprehensif dan efektif dalam membangun citra sebagai seorang pemimpin yang ideal. Berdasarkan teori Dramaturgi maka dapat dilihat bagaimana subjek RM dengan cermat mengelola berbagai aspek “panggung depan” untuk memproyeksikan image positif sebagai pemimpin yang religius, berpendidikan, bijaksana, cinta budaya dan inklusif. Keseimbangan antara nilai-nilai agama, Pendidikan, budaya dan penciptaan person yang kompleks namun harmonis. Penggunaan symbol-simbol visual (seperti batik absurek) memperkuat citra pemimpin yang cinta budaya lokal.

## **2. Interaksi dengan Audiens**

Interaksi dengan audiens di panggung depan, aktor politik berinteraksi dengan audiens secara langsung. Memberikan kesempatan untuk sesi tanya jawab, berjabat tangan, atau berswafoto dengan masyarakat. Interaksi ini bertujuan untuk membangun kedekatan dan menunjukkan bahwa aktor politik adalah seorang pemimpin yang terbuka dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Dalam teori dramaturgi, panggung depan menjadi area utama di mana aktor politik mempresentasikan diri kepada publik. Dengan mengelola penampilan, gaya



penyampaian, pemilihan panggung, dan interaksi dengan audiens secara strategis, aktor politik berusaha menciptakan kesan yang diinginkan untuk membangun kepercayaan dan dukungan dari masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan EF mengenai interaksi dengan audiens yang dilakukan oleh subjek HH adalah :

“ Bapak tidak pernah menutup akses untuk orang bisa bertemu, kecuali beliau tidak mau di ganggu Ketika sedang ibadah. Bahkan beliau terkadang belum makan, tapi masih ada tamu yang antri untuk bertemu, maka bapak menemui orang dulu baru makan. Saya terkadang salut dengan bapak, tingkat kepedulian beliau sangat tinggi dengan kepentingan umum. Kami selama menjadi bawahan beliau, beliau selalu menanyakan keadaan keluarga kami di rumah, apa ada kendala. Bahkan anak-anak kami di tanya, bagaimana Kesehatan anak-anak, sekolah nya seperti apa. Padahal saya ini hanya pegawai biasa, tapi beliau tidak membedakannya. Selain itu kalau orang mau salaman dia langsung ulurkan tangan, bahkan Ketika dengan yang lebih tua tidak jarang bapak terlebih dahulu yang menegur dan mengulurkan tangan. Bawak bahkan mengajarkan kami staf nya untuk lebih mengutamakan adab terlebih dahulu baru ilmu, supaya Ketika adab kita sudah baik dan tinggi maka kita tidak akan menyalahgunakan ilmu kita”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengenai interaksi subjek HH di panggung depan (*front stage*) dapat dilihat bahwa subjek sebagai seorang pemimpin yang menunjukkan penampilan fisik yang ramah dan terbuka terbukti dari Ketika berinteraksi, subjek HH mengulurkan tangan terlebih dahulu untuk bersalaman. Sedangkan gaya (*manner*) dari subjek HH menunjukkan atau bersifat partisipatif dan berorientasi pada hubungan (*relationship-oriented*). Cara berbicara yang menanyakan keadaan keluarga menunjukkan gaya komunikasi yang personal dan empatik. Analisis di atas menunjukkan bagaimana teori dramaturgi dapat digunakan untuk memahami kompleksitas interaksi sosial dalam konteks kepemimpinan. Pemimpin dalam wawancara ini dengan cermat mengelola kesan yang ingin ditampilkan, memainkan peran sebagai sosok yang peduli, mudah di

akses dan egaliter. Interaksi sosial yang di gambarkan dapat dilihat sebagai sebuah “pertunjukan” yang di rancang untuk membangun dan memperhatikan citra positif serta memperkuat hubungan sosial.

Sama halnya dengan hasil wawancara kepada informan TM mengenai interaksi subjek HH dengan audiens di panggung depan (*front stage*) adalah :

Beliau selalu rapi dan bersemangat menjalani aktivitas setiap hari, setiap pagi kami selalu di ingatkan untuk menjalani aktivitas dengan ikhlas mengharap ridho dari sang pencipta, bahkan beliau Ketika berbicara di kantor dengan bawahan tidak pernah mematahkan atau berkata kasar. Beliau selalu mendengarkan terlebih dahulu baru memberikan solusi atau saran. Kalau kita bicara dengan bapak, tidak pernah tidak mendapatkan solusi, bahkan di arahkan. Bapak orangnya tegas, tapi sering juga humor untuk mencairkan suasana”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan TM mengenai interaksi subjek HH dengan *audiens* terlihat subjek HH memperhatikan penampilan (*Performance*) Ketika berinteraksi dengan *audiens*. Dalam konteks dramaturgi , ini adalah bagian “*personal Front*” yang mendukung peran sebagai pemimpin yang professional dan berwibawa. Dengan *Manner* (gaya) yang di tunjukkan dengan bersemangat menjalani aktivitas setiap hari menggambarkan positif yang di tampilkan pemimpin. Hal ini menjadi bagian dari pertunjukan yang menginspirasi dan memotivasi bawahannya. Selain itu tidak pernah mematahkan atau berkata kasar menunjukkan gaya komunikasi yang sopan dan menghargai. Ini memperkuat perannya sebaagi pemimpin yang bijaksana dan empatik. Selain itu Tindakan mengingatkan bawahan setiap pagi untuk bekerja dengan ikhlas adalah bentuk realisasi dramatis. Ini memperkuat perannya sebagai pemimpin yang tidak hanya fokus pada hasil tetapi juga pada nilai-nilai spiritual. Sehingga dapat diartikan bahwa subjek HH sebagai pemimpin sangat cermat mengelola

Pertunjukkan dari interaksi yang di bangun di panggung depan. Subjek HH membangun dan mempertahankan citra sebagai pemimpin yang ideal melalui penampilan , gaya komunikasi dan Tindakan yang konsisten.

Tidak jauh berbeda dengan hasil wawancara informan TM , hasil wawancara kepada informan DW mengenai interaksi yang di lakukan subjek HH kepada audiens adalah :

“Bapak setiap berhadapan atau berinteraksi dengan orang selalu rapi dan harum. Ada satu masalah pada saat itu, ada warga yang melapor ke beliau melalui WA bahwa anaknya tidak bisa mengambil ijazah karena tidak memiliki uang untuk membayar uang sekolah. Kemudian pak Helmi sebagai walikota langsung menelpon kepala dinas Pendidikan untuk di tindak lanjuti dan beliau langsung menelpon balik warga yang mengalami masalah dan langsung menuju sekolah tersebut dan langsung menanyakan serta melunasi tunggakan anak tersebut. Bagi beliau Pendidikan itu harus di perjuangkan sehingga generasi kita tumbuh menjadi generasi cerdas. Padahal interaksi antara pak Helmi dengan warga baru terjadi , tetapi beliau sangaat responsif dan tidak pandang bulu dan tidak membeda-bedakan. Banyak lagi Ketika kita bertemu di masjid dengan beliau, beliau tidak sombong. Bahkan berenti untuk menyambut tangan orang-orang yang ingin bersalaman”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan DW mengenai interaksi yang di bangun terlihat bahwa *setting* yang beragam seperti di kantor, di sekolah, di masjid dan ruang virtual semua ini merupakan setting yang mendukung peran subjek HH sebagai Walikota yang peduli dan responsif. Penampilan yang selalu bersih, rapi dan harum menunjukkan perhatian terhadap penampilan fisik yang dapat mendukung citra professional dan terhormat sebagai pejabat publik. Selain itu gaya (*manner*) yang di tunjukkan Ketika interaksi terlihat bahwa subjek HH sangat *responsive*, tidak membeda-bedakan, gaya interaksi yang ramah dan terbuka, selain itu subjek HH menunjukkan perannya sebagai pelayan publik yang mampu menyelesaikan masalah warganya dan menunjukkan sebagai pemimpin yang berorientasi kepada Tindakan. Sehingga dapat di artikan bahwa subjek HH

mengelola “pertunjukkan” Ketika berinteraksi dengan publik , subjek HH menunjukkan konsisten memainkan peran sebagai pemimpin yang peduli, *responsif*, dan kemudahan akses yang di tawarkan.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan FQ mengenai interaksi yang dilakukan oleh Subjek HH kepada *audiens* adalah :

“Kalau di kantor bapak orangnya tegas, disiplin, instruksi yang di berikan jelas, himbauan untuk terlibat secara aktif dalam program-program yang telah di canangkan oleh pemerintah kota. Bahkan bapak sering bertanya sudah mengerjakan apa hari ini , atau program apa saja yang sudah dan akan berjalan, bahkan penggunaan baju PDH setiap senin dan selasa, Baju putih hari rabu, baju batik hari kamis dan bapak menghimbau kepada seluruh pegawai di lingkungan kota untuk menggunakan Peci Ketika jam kerja. Beliau serius Ketika berbicara tentang program yang sedang atau akan berlangsung. Selain itu bapak tidak pernah bertele-tele , beliau orangnya *to do point*. Jika acara memperingati hari keagamaan bapak tidak lupa memakai sorban dan juba putihnya, beliau selalu menyesuaikan dengan tema dan acara apa”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas terlihat bahwa subjek HH memainkan kompleksitas peran (*Role Complexity*) , memainkan peran ganda sebagai birokrasi dan pemimpin religius. Hal ini menunjukkan kemampuan untuk beradaptasi dengan berbagai “panggung” sosial, masing-masing dengan ekspresi perilaku yang berbeda. Transisi antara peran ini (misalnya dari pemimpin kantor ke *figure religius*) menunjukkan keahlian dalam “pergantian kostum dramatis”, yang merupakan aspek penting dari teori dramaturgi Goffman. Selain itu pertanyaan rutin tentang pekerjaan dan program bukan hanya tentang pengawasan, tetapi juga merupakan ritual interaksi yang memperkuat hierarki dan struktur kekuasaan. Penggunaan peci selama jam kerja bukan hanya symbol religius, tetapi juga alat politik untuk membangun koneksi kultural dengan masyarakat. Gaya komunikasi yang “*to do point*” bukan hanya tentang efisiensi, tetapi juga merupakan strategi

Untuk mengontrol dan membatasi informasi yang dibagikan. Penggunaan sorban dan jubah putih dalam acara keagamaan adalah bentuk dramatisasi peran yang memperkuat aspek sakral dari kepemimpinannya. Konsistensi dalam berpakaian dan bertindak di berbagai konteks menunjukkan komitmen terhadap "karakter" yang dimainkan.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan PP mengenai interaksi yang dilakukan subjek HH kepada audiens adalah :

“Gestur tubuh bapak Ketika berbicara tidak pernah gerak sini gerak situ, orangnya fokus, ekspresi wajah yang tegas, gaya bicara juga tegas. Tapi di balik ketegasannya bapak mudah untuk tersenyum dengan orang. Ketika berbicara bapak lebih suka mendengarkan terlebih dahulu kemudian baru di sambut oleh beliau. Tidak mau di potong, sehingga ketika orang sudah berbicara beliau baru bicara. Beliau sering menggunakan sorban atau peci serta pakaian putih dan biru. Ketika apel beliau sering menghimbau untuk seluruh karyawan untuk mendukung *dan* ikut serta dalam mendukung program pemerintah Kota Bengkulu”.

Berdasarkan teori dramaturgi Goffman, melihat interaksi sosial sebagai sebuah pertunjukkan teater dimana individu adalah aktor yang memainkan peran. Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat dianalisis bahwa gestur tubuh yang terkontrol dan fokus menunjukkan upaya untuk menampilkan citra pemimpin yang tenang dan berwibawa. Ekspresi wajah dan gaya bicara yang tegas memperkuat kesan sebagai pemimpin yang kuat dan dapat diandalkan. Penggunaan sorban dan peci serta pakaian putih dan biru bisa di lihat sebagai “kostum” yang memperkuat identitas dan peran kepemimpinan. Selain itu kebiasaan mendengarkan sebelum berbicara menampilkan citra pemimpin yang bijaksana dan menghargai pendapat orang lain. Kemudahan untuk tersenyum dengan orang lain menunjukkan sisi lebih personal yang mungkin tidak selalu ditampilkan di depan publik. Konsistensi dalam gaya berpakaian (sorban/peci, pakaian putih dan biru)

menunjukkan upaya untuk membangun dan mempertahankan citra tertentu. Gaya komunikasi yang terstruktur (mendengar dulu, baru bicara) bisa dilihat sebagai strategi untuk mengelola kesan sebagai pemimpin yang bijak dan tidak tergesa-gesa.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan DP mengenai interaksi subjek RM kepada audiens adalah :

“Bapak penampilannya sangat sederhana, bahkan beliau hanya menggunakan jam dan kacamata. Gaya bicara beliau sangat santun dan runut. Beliau Ketika bicara sangat runut dan detail. Selain itu Bahasa yang digunakan beliau terlihat pendidikannya. beliau selalu tampil rapi dengan kostum yang dominan berwarna kuning. Selain itu pakaian bapak banyak batik basurek. Beliau sering pidator selalu di awali dengan bismillahhirahmannirrahim baru salam. Beliau selalu menggunakan peci atau topi. Beliau tidak pernah marah di depan umum. Selain itu Ketika ada masukan dari masyarakat Ketika berkunjung kelapangan, beliau langsung Ketika sudah balik dan berada di kantor memanggil kepala dinas untuk menindaklanjuti masalah yang di keluhkan oleh masyarakat. Tidak hanya itu nomor WA dan telepon yang disebar ke seluruh masyarakat adalah inisiatif beliau, jadi masyarakat bisa langsung menyampaikan keluhannya. Tidak harus berbelit-belit tentang birokrasi katanya”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas kepada informan DP dapat di analisis bahwa dari segi perspektif dramaturgi, aktor politik ini sangat efektif dalam mengelola presentasi diri. Di panggung depan (*fornt stage*) , aktor politik RM membangun citra pemimpin yang sederhana, terpelajar, religius dan dekat dengan masyarakat. Konsistensi dalam penampilan dan perilaku memperkuat pesan. Selain itu, menindaklanjuti isu-isu masyarakat, bertujuan untuk memperkuat citra publik sebagai pemimpin yang responsif. Inisiatif membuka saluran komunikasi langsung adalah strategi yang cerdas untuk membangun koneksi dengan masyarakat. Keseimbangan antara keterbukaan (melalui komunikasi langsung) dan pengelolaan isu(melalui tindak lanjut internal) menunjukkan kemampuan yang baik dalam menejemen kesan dan peran.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan KI mengenai interaksi yang dilakukan oleh subjek RM adalah :

“Pak RM sangat santun, sangat berhati-hati Ketika berbicara. Beliau sangat runut Ketika menjelaskan apapun itu. Beliau tidak pernah marah Ketika ada yang memberikan masukan, bahkan beliau mengizinkan setiap karyawan untuk memberikan masukan atau kendala di lapangan. Setelah adanya masukan dari karyawan, maka kepala dinas bersangkutan di ajak rapat sehingga dinas-dinas terkait mengetahui permasalahan yang dihadapi, selain itu bapak sangat perhatian kepada kami tim media dan komunikasi. Karena sebelum dan sesudah pergi kami selalu di tanya sudah makan belum, lalu kalau ada yang belum kami harus menunggu dan makan segera. Selain itu interaksinya dengan bagian media sangat lancer dan harmonis, karena setiap foto atau video yang kami upload di bicarakan terlebih dahulu di grup WA yang ada bapak di dalamnya. Bahkan beliau sering memberikan saran kepada kami Ketika komposisi dari foto atau video kurang tepat. Selain itu foto dan video layak naik atau layak di upload semua itu hasil diskusi yang mencair antara kami tim media dan pak RM. Beliau Ketika di kantor pada saat apel , menghimbau karyawan untuk menggunakan batik basurek.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan KI adalah analisis berdasarkan teori dramaturgi, perilaku subjek dapat dilihat sebagai sebuah pertunjukan yang dikelola dengan baik. Beliau berhasil memainkan peran sebagai pemimpin yang ideal dengan konsisten, baik maupun panggung belakang. Subjek san Interaksi yang harmonis dengan tim media dan karyawan menunjukkan kemampuannya dalam mengelola kesan dan membangun tim pertunjukan yang solid. Penggunaan berbagai setting, dari kantor hingga grup *WhatsApp*, memungkinkan subjek untuk menampilkan sisi yang berbeda dari kepemimpinannya sesuai dengan konteks dan audiens yang dihadapi.

## 2. Presentasi diri aktor politik di panggung depan (*fornt stage*) Media Sosial

Presentasi diri aktor politik di panggung depan (*fornt stage*) di Media Sosial dapat dilihat dari tiga aspek yaitu Pemilihan Panggung (*Setting*), Penampilan (*Performance*), Gaya Penyampaian (*Manner*) dan Pengelolaan Kesan (*Impression management*) dan interaksi dengan *audiens*. Adapun *setting* yang di tampilkan subjek penelitian di Media Sosial yaitu layaknya dalam sebuah pertunjukkan drama, setting disini mengacu pada, perabotan, dekorasi, tata letak, dan benda- benda yang tersedia untuk mendukung kemampuan berakting sang aktor. Jadi, untuk mendapati setting yang mendukung, aktor dituntut membawa dirinya di setting yang sesuai untuk dapat memainkan perannya dan segera meninggalkan perannya saat meninggalkan setting tersebut.

### a. Setting

Dalam konteks Media Sosial, setting bisa berarti latar belakang dalam foto dan video, pakaian yang digunakan dan bahkan cara penyampaian pesan melalui tulisan di video dan foto. Semua elemen ini digunakan untuk memperkuat citra yang diinginkan aktor politik. Ketika dikaitkan dengan presentasi diri aktor politik di sosail media, konsep setting ini dapat diterapkan dalam berbagai cara untuk memahami bagaimana aktor politik menggunakan elemen-elemen lingkungan untuk mengelola kesan dan mempengaruhi audiens.

Hasil wawancara kepada Subjek RM mengenai *setting* (*Visual backgrounds dan environments* (Lokasi pengambilan foto/Video) :

“Untuk lokasi pengambilan foto biasanya saat kunjungan kerja, rapat, kunjungan resmi, atau acara komunitas, balik kampung, hari perayaan hut Bengkulu, hari perayaan bank, kunjungan ke daerah, dan aktivitas bekerja sehari-hari. Biasanya tim saya banyak mengupload foto dan video sesuai dengan aktivitas saya sehari-hari di kantor dan di lapangan. Lebih menekankan pada kinerja sehingga masyarakat bisa tahu apa saja yang sudah pemerintah lakukan”.



Jika dilihat dari penjelasan subjek RM mengenai setting panggung depan dalam teori Dramaturgi maka dari element setting yaitu *visual backgrounds dan environments* (lokasi pengambilan foto dan video) maka dapat diartikan bahwa pengambilan foto dan video di kantor menunjukkan keseriusan dan profesionalisme , sementara foto di acara komunitas atau dengan keluarga menunjukkan keterlibatan dan sisi personal. Selain itu memberikan kesan kedekatan dengan publik. Diperkuat dengan pernyataan tim IT dari subjek RM yaitu informan DP menjelaskan bahwa :

“Pengambilan foto dan video lebih pada momen-momen penting seperti kunjungan , rapat kerja, kunjungan ke komunitas, dan aktivitas keseharian bapak RM, selain itu kami juga mengupload video dan foto setelah adanya persetujuan dari bapak. Pengambilan gambar lebih berfokus pada bapak dan interaksi dengan masyarakat”.

Jika dilihat dari penjelasan informan DP mengenai pengambilan video dan foto dari subjek RM dapat diartikan dan dihubungkan dengan teori dramaturgi bahwa setting yang dibuat tidak murni dibuat subjek tetapi di bantu oleh tim, selain itu dari setting yang di buat mencoba untuk membuat citra yang positif, citra pemimpin yang professional dalam bekerja dan citra pemimpin yang dekat dengan rakyat.

Dukungan dan empati dari subjek RM selaku Gubernur terhadap masyarakat yang tertimpa musibah. Dari pengambilan gambar atau foto dapat dilihat kedekatan subjek RM Ketika berinteraksi dengan warga menunjukkan sisi kepedulian terhadap warga yang kurang mampu. Selanjutnya hasil wawancara kepada informan KJ mengenai setting (foto dan video) yang diupload di Media Sosial sebagai berikut :

“Tata letak dan Elemen visual dalam pengambilan foto atau video di ambil oleh kami sebagai tim media belaiu, foto dan video yang di ambil berfokus pada bapak dan masyarakat ketika interaksi. Selain itu konten di upload atas pengetahuan beliau. Video atau foto yang di publikasikan terlebih dahulu di bahas di Whatsapp grup. Ketika sudah bapak lihat dan di setujui maka semua video dan foto boleh di sebarluaskan ke Media Sosial”.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan KJ, pembuatan foto dan video di setting oleh tim yang di tunjuk oleh subjek RM. Dengan memperlihatkan interaksi subjek RM baik di lingkungan kantor, maupun dengan masyarakat. Sehingga penemuan di lapangan ini sesuai dengan salah satu konsep yang ada di dramaturgi yaitu Setting (Tata letak dan pengaturan panggung). Pentingnya setting dalam teori dramaturgi terletak pada kontribusinya terhadap pemahaman tentang bagaimana perilaku dari subjek yang di tunjukkan di Media Sosial atau dalam hal ini *fornt stage* melalui foto dan video. Jika di lihat subjek mencoba untuk memperlihatkan dari foto dan video tentang interaksi di kantor maupun dilapangan dapat mempengaruhi peran, hubungan dan perilaku antara subjek dengan masyarakat dan lingkungan kantor.

Foto dan video yang dipublikasikan di Media Sosial menunjukkan upaya membangun citra pemimpin yang dekat dengan rakyat. Tim media atau timIT berperan sebagai “kru panggung” yang mengatur pertunjukkan di Media Sosial. Pemilihan foto dan video yang berfokus pada interaksi dengan masyarakat menunjukkan upaya membangun citra pemimpin yang peduli dan terhubung dengan rakyat. Proses seleksi foto yang di upload dan persetujuan konten memastikan hanya “pertunjukan “ terbaik yang di tampilkan.

Diperkuat dengan pernyataan informan DP selaku tim kameramen dan editing mengenai setting yang ditampilkan di Media Sosial RM adalah :

“Bapak selalu konsisten setiap konten baik itu foto, video dan cerita selalu membentuk kesan bahwa warna identik dengan pakaian warna kuning. Lebih sering menggunakan peci Ketika acara formal, tetapi Ketika non formal seperti hari libur atau membuka hari olahraga maka lebih kasual tetapi rapi, sering menggunakan topi. Selalu memulai video dengan pidato mengucapkan bismillahirrahman nirrahim baru salam, nada yang selalu di gunakan tenang dan tidak pernah meninggi. Selain itu video yang di posting seperti Ketika bapak berbicara dengan warga, menghadiri acara komunitas, atau himpunan dimana bapak kuliah dulu, atau video yang menampilkan kehangatan keluarga”.

Dari penjelasan tim IT (Kameramen dan editing ) terlihat bahwa setting yang di tampilkan menurut teori dramaturgi Erving Goffman , konsep panggung dengan (*front stage*) adalah tempat di mana individu menampilkan diri kepada audiens sesuai dengan peran yang diharapkan. Dalam konteks media sosial, terutama untuk aktor politik , panggung depan adalah platform di mana aktor politik memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi dan membangun citra diri. Selain itu konsistensi warna yang di jelaskan oleh tim IT menjelaskan bahwa konsistensi dalam warna, desain dan jenis konten visual (misalnya foto dan video) membantu memperkuat citra aktor politik dan memberikan kesan berasal dari partai apa. Selain itu Jenis konten yang di jelaskan oleh tim IT , dirancang untuk mempromosikan diri baik sebagai pemimpin yang ramah dan mendengarkan keluhan warga terlihat dari interaksi dengan warga dari video yang di upload, mencerminkan pemimpin yang sayang dengan keluarga, penuh kehangatan dan penuh cinta kasih.

Samahalnya dengan pernyataan DP, SS yang juga tim IT yaitu mengenai setting yang digunakan dan di tampilkan dalam presentasi diri RM di Media Sosial yaitu :

Untuk *Storytelling* yang di sampaikan di video dan foto yang di upload dengan di lengkapi kata-kata sebagai narasi, bapak lebih sering mengenai aktivitas sehari-hari, kunjungan kerja, kegiatan mengunjungi keluarga, kegiatan berdiskusi dengan komunitas. Sedangkan untuk Pesan yang dituju lebih kepada menjelaskan kinerja dan menginspirasi serta mengadvokasi,

focus terhadap perubahan, focus pada Kesehatan dan isu-isu yang langsung di tanggapinya dengan datang ke lapangan”.

Dari penjelasan tim IT yaitu SS mengenai setting yang digunakan jika dihubungkan dengan teori Dramaturgi maka Peran yang ditampilkan di video dan foto lebih ingin menampilkan pemimpin yang tegas, visioner yang inspiratif serta pemimpin yang mampu mengadvokasi Ketika terjadi isu-isu. Selain itu video dan foto yang disebarluaskan menceritakan momen-momen sehari-hari yang menunjukkan sisi manusiawi dan personal dari diri aktor politik serta video yang menjelaskan tentang kepemimpinan yang bebas korupsi.

Adapun foto dari kegiatan subjek RM yang menjelaskan tentang kinerja yang bersih, kinerja yang bebas korupsi. Ditunjukkan dari *Roadshow* bus KPK yang mengatakan melalui video dan foto bahwa pemerintah Provinsi Bengkulu dalam hal ini Gubernur Bengkulu mendukung *roadshow* bus KPK di Bengkulu.

Berdasarkan hasil wawancara kepada DP, merupakan tim IT dari RM menjelaskan tentang ***Audience Segmentation*** (Segmentasi khalayak) yaitu :

“Segmentasi khalayak atau khalayak sasaran adalah pengguna Instagram, Bapak tidak melihat hanya satu khalayak sasaran, tetapi *platform* Instagram di gunakan untuk bisa memperbanyak pengikut dan setiap pengikut dapat melihat secara langsung video dan foto dari setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah provinsi”.

Hasil wawancara kepada tim IT RM dapat dilihat bahwa segmentasi atau khalayak sasaran tidak tertuju satu saja melainkan untuk semua golongan baik umur, pekerjaan, dan lainnya. Jadi penggunaan *platform* Instagram mampu memberikan tempat untuk bisa menginformasikan kepada khalayak tentang aktivitas dan capaian yang telah dilaksanakan.

Tidak jauh berbeda dengan pernyataan subjek RM, hasil wawancara kepada

subjek penelitian yaitu HH mengenai *Setting (Visual backgrounds dan environments (Lokasi pengambilan foto/Video)* yaitu :

“untuk lokasi pengambilan foto dan video biasanya Ketika saya kerja, sedang rapat, sedang blusukan, di tempat-tempat ibadah, rumah sakit, sekolah, kegiatan masyarakat, dengan keluarga, dan capaian yang telah di kerjakan contoh jalan, rumah sakit, pengguna BPJS Gratis, Menebus Ijazah, Dukungan terhadap orang musibah dan kegiatan lainnya yang mampu membantu umat dan memecahkan permasalahan yang di hadapi saudara kita”. Selain itu foto yang di upload dan video yang di upload banyak menggunakan animasi atau kartun. Karena sesuai dengan tujuan saya menggunakan tiktok karena sasarannya adalah pemilih pemula, sehingga apa yang sedang *In* atau sedang *up to date* kita hubungkan dengan aktivitas kita kemudian baru di upload”.

Jika dilihat dari pernyataan diatas bahwa *Visual backgrounds dan environments* ( lokasi pengambilan foto dan video dikaitkan dengan teori dramaturgi maka dapat di analisis bahwa foto dan video yang di ambil di lokasi seperti kantor pemerintahan , ruang rapat memberikan kesan otoritas, profesionalisme dan kredibel. Menunjukkan bahwa aktor politik tersebut adalah bagian dari struktur pemerintahan yang sah dan berpengaruh. Sedang foto dan video dari acara komunitas seperti sekolah, organisasi, pusat kegiatan masyarakat menunjukkan bahwa aktor politik tersebut terlibat langsung dengan rakyat dan peduli terhadap isu-isu yang di hadapi masyarakat. Sedangkan pengambilan foto dan video seperti mengunjungi rumah sakit, dan lokasi bencana menunjukkan empati, keprihatinan dan aksi nyata untuk membantu masyarakat.

Jika dilihat dari *visual backgrounds dan environment* secara strategis , aktor politik dapat membentuk dan mengelola persepsi publik, memperkuat pesan-pesan politik dan membangun citra yang diinginkan di media sosial. Semua elemen visual

bekerja sebagai bagian dari setting panggung depan dalam teori dramaturgi untuk menciptakan presentasi diri yang efektif dan mempengaruhi opini publik.

Tidak jauh berbeda dengan pernyataan subjek RM, hasil wawancara kepada subjek penelitian yaitu HH mengenai **Setting (Tata letak dan Pengaturan panggung)** pengambilan foto dan video sebagai berikut :

“untuk foto dan video saya serahkan dengan tim yang saya percaya yaitu saudara tomi. Video yang di upload ada yang interaksi langsung dengan masyarakat. Jadi masyarakat bisa tau apa yang saya kerjakan. Selain itu pembuatan video melihat update perkembangan setiap kebaruan yang ada di tengah masyarakat. Pembuatan video di sesuaikan dengan berita terbaru yang tujuannya adalah menarik pemilih pemula untuk menonton dan melihat video ataupun foto yang kami publikasikan. tetapi tidak jarang kegiatan saya sebagai walikota dan ketika saya kelapangan”.

Sama halnya dengan subjek RM, Hasil wawancara dengan subjek HH mengenai foto dan video yang di upload di Media Sosial telah di rancang oleh tim yang di tunjuk oleh subjek HH. Video dan foto yang di upload sebagai simbolisasi visual untuk memperkuat pesan penting melalui konten-konten politik di Media Sosial. Interaksi yang di bangun di Media Sosial jika di lihat dari video yang di upload menggunakan pemilihan kata-kata yang kuat, untuk mempengaruhi reaksi dan sikap masyarakat terhadap pesan politik. Selain foto grafis yang memukau menggunakan tokoh avatar memperlihatkan seperti kesatria, gagah dan petarung sejati sehingga mampu mempengaruhi dan menggiring opini publika.

Jika dilihat dari **Setting (Penggunaan warna )** yang digunakan pada saat di upload di Media Sosial. Maka hasil wawancara dengan subjek penelitian RM sebagai berikut :

“Untuk warna baju yang saya gunakan tidak mesti harus kuning, tidak ada warna baju atau aksesoris yang harus warna yang ditentukan. Saya mengalir saja,tetapi memang lebih banyak warna kuning. Dan mengedepankan estetika berpakaian sehingga lebih indah di lihat”.

Hasil wawancara kepada subjek penelitian terlihat bahwa baju yang di gunakan tidak satu warna, tetapi setiap konten lebih banyak menggunakan baju berwarna kuning. Tetapi jika di lihat dari hasil observasi di lapangan yang di upload di Media Sosial melalui video dan foto, subjek lebih banyak menggunakan baju, syal, aksesoris lainnya berwarna kuning. Itu artinya jika di lihat dari konsep yang ada di teori Dramaturgi tentang setting (Penggunaan Warna) yaitu Karena jika di hubungkan dengan latar belakang subjek penelitian sebagai ketua salah satu partai yang warna partainya berwarna kuning maka ada hubungannya dari setiap upload video dan foto yang ingin menunjukkan identitasnya.

Diperkuat dengan tim IT RM, yaitu informan DP menjelaskan bahwa penggunaan warna pada video dan foto yang di *upload* dari kegiatan keseharian RM adalah :

“ Penggunaan warna pada *tag line* yang ada di video dan foto adalah warna kuning. Karena *background* partai bapak yang dari partai kuning. Selain itu penggunaan warna baju atau panggung atau layar kebanyakan berwarna kuning”.

Jika dilihat dari *tag line* atau slogan yang digunakan RM dalam presentasi diri di Media Sosial dikaitkan dengan teori dramaturgi, dapat dilihat sebagai bagian dari setting panggung depan. *Tag line* berfungsi sebagai elemen kunci dalam memproyeksikan identitas, nilai dan pesan utama yang di inginkan di sampaikan oleh aktor politik kepada audiens. *Tag line* yang ringkas dan mudah diingat membantu menciptakan identitas yang kuat dan konsisten. Berfungsi sebagai elemen yang selalu hadir dalam berbagai penampilan panggung depan aktor politik.

Penggunaan konsep warna dalam presentasi diri aktor politik di Media Sosial dapat dianggap sebagai bagian dari setting panggung depan. Warna dapat

mempengaruhi persepsi dan emosi audiens, membantu memperkuat pesan yang di inginkan disampaikan, serta membentuk identitas visual yang konsisten dan efektif. Beberapa konsep warna dapat dihubungkan dengan teori dramaturgi dalam presentasi diri aktor politik di Media Sosial. Subjek HH memiliki konsep yang berbeda untuk Penggunaan warna:

“kalau warna saya lebih suka warna putih, bisa di lihat baju saya kebanyakan warna putih, sorban atau kopiah saya jg putih. Tetapi untuk upload video yang memperkuat maka tim saya lebih banyak menggunakan warna biru muda seperti warna Partai Amanat Nasional, dan di lengkapi dengan musik yang lagi viral dan penggunaan avatar”.

Jika dilihat hasil wawancara kepada subjek HH menjelaskan tentang penggunaan warna lebih menekankan untuk memperlihatkan atau menampilkan ciri kepada masyarakat tentang pemimpin yang memiliki identitas seperti penggunaan sorban, kopiah dan baju berwarna putih. Symbol putih yang lebih bersih dan suci. Selain itu penggunaan warna biru muda untuk memperkuat identitas partai yang diusung. Jika dihubungkan dengan teori dramaturgi terkait warna sebagai symbol. Warna memiliki makna simbolis yang dapat membantu aktor politik untuk mengkomunikasikan pesan tertentu. Aktor politik HH menggunakan Media Sosial untuk menampilkan identitas publik. Penggunaan konsisten warna-warna tersebut dalam presentasi diri aktor dapat membantu menciptakan kohesi identitas yang diinginkan aktor.

Diperkuat dengan hasil wawancara kepada informan TM, menjelaskan tentang warna dan *tag line* yang digunakan subjek HH di Media Sosial yaitu :

“Untuk warna yang sering digunakan bapak yaitu warna putih dan warna asal partai yaitu warna biru. Aktivitas Bapak kebanyakan menggunakan warna putih dan biru. Selain itu *tagline* yang digunakan selalu sama yaitu “Beri hidayah ya Rabb”. *Tag line* ini harus ada di setiap upload foto dan video. Karena setiap kegiatan harus kita serahkan kepada Tuhan dan meminta setiap kegiatan Allah beri hidayah dan berkah”.



Berdasarkan hasil wawancara diatas mengenai warna yang digunakan dan *tag line* yang digunakan oleh aktor politik HH dalam presentasi diri di Media Sosial yang merupakan bagian dari setting panggung depan. Warna yang digunakan lebih menekankan dan membentuk pencitraan bahwa yang melekat pada aktor politik lebih pada pemimpin yang agamais terlihat dari sorban, peci dan baju yang terus menggunakan warna putih dan dengan *tagline* “ Beri hidayah ya Rabb”. Artinya bahwa *tag line* yang konsisten dapat memperkuat pesan dan memastikan bahwa audiens mengenali dan mengingat pesan tersebut. Selain itu *tag line* yang konsisten dapat membangun keterhubungan emosional dengan audiens, dan memperkuat narasi yang di inginkan.

Sedangkan untuk setting atau panggung depan jika dilihat dari konten yang mampu menciptakan kesan (*impression management*) maka hasil wawancara kepada subjek penelitian RM di dapatkan bahwa:

“Konten yang di buat oleh tim saya, lebih kepada kegiatan saya sehari-hari. Aktivitas saya sehari-hari sebagai gubernur , saya informasikan ke Media Sosial untuk memberitahu masyarakat bahwa apa saja yang sudah saya lakukan. Selain itu masyarakat juga bisa memberikan tanggapan dan masukan dari kegiatan yang saya lakukan. Ketika pembuatan konten dan saat di upload saya biasanya menggunakan peci hitam,baju kemeja dan celana dasar. Ketika olahraga lebih kasual menggunakan topi dan baju olahraga ”.

Hasil wawancara diatas tentang konten yang di upload oleh subjek RM. Terlihat bahwa konten yang di buat oleh subjek dan tim lebih pada kegiatan subjek penelitian sebagai gubernur. Selain itu kegiatan yang di upload lebih pada kegiatan sehari-hari sebagai Gubernur. Cenderung konten yang dibuat di Media Sosial untuk mengelola citra positif, penggunaan narasi yang menarik, penggunaan videosituasi yang menonjolkan kepentingan atau kinerja aktor politik. Jika di lihat dari

konten yang di buat kaitannya dengan salah satu konsep yang ada di dramaturgi yaitu pembentukan citra (*Impression Management*). Aktor politik RM secara selektif memilih konten yang akan di posting di Media Sosial. Aktor politik mengatur konten tertentu untuk menciptakan citra yang di inginkan, misalnya dengan membagikan foto dan video yang menunjukkan dalam situasi yang menguntungkan atau menarik khalayak.

Konten yang di upload mencoba untuk memberikan kesan sebagai pemimpin yang berwibawa, pemimpin yang merakyat dengan terlibat langsung berinteraksi dengan masyarakat, merespon pertanyaan, mampu membangun hubungan yang lebih dekat sehingga berdampak memperkuat dukungan publik terhadap diri sang aktor. Konten yang ditampilkan lebih kepada kegiatan sehari-hari tanpa melihat isu atau yang sedang *up to date*, tujuannya untuk menunjukkan sisi positif seperti keberhasilan, prestasi atau momen-momen inspiratif. Selain itu konten yang ditonjolkan lebih kepada keterlibatan sosial dengan menyoroti kegiatan sosial dan kemanusiaan untuk menunjukkan empati dan komitmen terhadap kesejahteraan masyarakat.

Sama halnya dengan hasil wawancara kepada informan RA, informan RA adalah pengikut atau follower dari RM menjelaskan mengenai konten yang di upload di Media Sosial RM adalah :

“Kalau saya lihat konten pak RM lebih kepada kegiatan ke masyarakat dan kegiatan di lapangan. Dan menunjukkan kunjungan seandainya terjadi musibah, atau baru-baru ini adanya pemasangan listrik gratis di warga kurang mampu”. Dan ada sisi lain yaitu kedekatannya dengan keluarga dengan memperhatikan ibunya dengan mengajak ibunya langsung berbelanja tanpa menyuruh orang lain”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat dianalisis bahwa konten-konten yang dibuat oleh tim RM untuk menciptakan pemimpin yang dapat dipercaya seorang figure yang layak di percaya sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat dan mampu memecahkan masalah rakyat.

Sama halnya dengan hasil wawancara kepada informan CC salah satu follower subjek RM mengenai konten di Instagram subjek RM yaitu :

“Konten beliau saya lihat lebih kepada program kerja beliau, lebih pada kunjungan beliau ke warga, memastikan sudah tersalurkan atau belum. Beliau saya lihat Ketika di konten sangat dekat dengan rakyat. Konten tentang kegiatan seperti mengaliri listrik ke rumah warga kurang mampu, bantuan kepada masyarakat kurang mampu, bantuan alat bagi petani dan nelayan serta kunjungan ke daerah. Saya lihat konten-konten beliau lebih kepada aktivitas beliau sebagai gubernur. Saya rasa sudah sangat bagus kinerja beliau”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, mengenai konten yang di buat oleh subjek RM dan tim maka jika dihubungkan dengan teori dramaturgi , maka konten Media Sosial subjek RM merupakan “pertunjukkan” yang terstruktur dan terfokus. Panggung depan yang disajikan konsisten menampilkan citra pemimpin yang aktif, peduli dan dekat dengan Rakyat. Pemilihan setting dan konten yang spesifik (kunjungan, bantuan,program kerja) Memperkuat narasi ini. Penekanan pada aktivitas sebagai subjek dan interaksi dengan masyarakat menunjukkan upaya yang kuat dalam manajemen kesan. Menciptakan perspsi tentnag kepemimpinan yang efektif dan berorientasi pada pelayanan. Konsistensi dalam jenis konten yang di tampilkan (program kerja, kunjungan dan bantuan) menunjukkan disiplin dalam menjaga narasi yang diinginkan.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan TM mengenai konten subjek HH yang menampilkan kesan (*Impression management*) yaitu :

“untuk konten yang di upload di tiktok, tim yang langsung menangani. Jadi ketika foto dan video akan di upload maka saya yang akan memberi tahu

bapak di grup *whatsapp*. Selain itu kata-kata yang akan di buat sesuai dengan kata-kata bapak kemudian di tulis ulang oleh tim. Untuk konten lebih mengalir, biasaya bapak menggunakan sorban, tongkat, celakbaju koko putih , sorban atau peci. Saya tidak pernah tidak menggunakan peci, celak celana dasar dan tongkat ketika di kantor dan di lapangan bertemu atau melakukan kunjungan ke masyarakat. Selain itu konten yang di buat yang dapat menarik pemilih pemula untuk melihat, mendengarkan dan menginspirasi untuk terus berjuang dan tidak putus asa. Tim selalu update dengan isu-isu terbaru. Saat ini kami lebih menggunakan tokoh atau simbol avatar yang mukanya adalah muka bapak serta penggunaan sound yang lagi viral . Jadi terlihat pemimpin yang tegas, berwibawa, berjuang dan seorang kesatria”.

Hasil wawancara kepada tim IT subjek HH yaitu informan TM mengenai konten yang dapat menimbulkan *impeccion management* atau kesan yang di timbulkan, terlihat bahwa pengemasan pesan di media sosial menggunakan tim atau tidak tercipta secara individu. Memilih konten yang sesuai dengan naratif yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Dengan mencerminkan nilai-nilai, keyakinan dan menonjolkan pemimpin yang religius, pemimpin yang mengedepankan urusan publik, pemimpin yang memiliki segmentasi untuk pemilih pemula. Dan pemimpin yang *uptodate* atas isu -isu yang berkembang. Konten yang di buat lebih memperkuat identitas politik dengan menggunakan gradasi warna dan lagu yang mengiringi sama denga asal partai aktor politik. Tidak hanya itu konten- konten membantu aktor politik mengontrol bagaimana citra yang terbentuk di masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan EF mengenai konten yang memberikan kesan (*impeccion management*) yaitu :

“Konten-konten yang di buat sesuai dengan apa yang sedang update, karena segmentasi pasar untuk bapak yaitu pemilih pemula, maka kami akan mencari konten yang sedang hits dan menarik perhatian pemilih pemula. Saat ini sedang hits yaitu lagu dari Partai PAN kemudian kami hubungkan dengan avatar kesatria berkuda yg mukanya adalah muka Bapak. Sehingga bnyk yg tertarik. Selain itu konten yg kami upload sesuai dengan program-program yg sudah bapak kerjakan. Seperti 1000 jalan, bangunan berendo

Bengkulu, Rumah sakit Kota yaitu RSHD, bantuan-bantuan kepada masyarakat yang kurang mampu, serta program lain yang di anggap dapat menarik pemilih pemula”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas terlihat bahwa media sosial telah menciptakan panggung baru yang kompleks dalam dramaturgi politik. Panggung ini memiliki karakteristik unik bersifat langsung, interaktif dan memungkinkan manipulasi visual yang canggih. Strategi yang digunakan menunjukkan adaptasi yang cerdas terhadap sifat panggung digital, memanfaatkan fitur-fitur untuk memaksimalkan dampak pertunjukkan. Penggunaan avatar kesatria berkuda dengan wajah subjek HH menunjukkan citra pemimpin yang kuat. Sementara penekanan pada program-program nyata memperkuat narasi kinerja dan prestasi. Strategi ini menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya relevansi dan daya Tarik dalam komunikasi politik modern, terutama Ketika menargetkan pemilih pemula. Secara keseluruhan analisis ini menunjukkan bagaimana teori dramaturgi dapat membantu memahami kompleksitas manajemen citra dan komunikasi politik era digital, dimana Media Sosial menjadi panggung utama untuk berinteraksi antara pemimpin dan masyarakat.

Diperkuat dengan hasil wawancara kepada informan UA mengenai konten yang memberikan kesan (*impression management*) yaitu :

“Menurut saya konten-konten yang ada di akun tiktoknya pak helmi itu berdasarkan pencapaian yang telah beliau buat selama menjadi walikota Bengkulu serta visi misi selanjutnya untuk memajukan kota Bengkulu. Program-program pak helmi unik, dan beliau ini cepat tanggap dengan orang-orang yang berkomentar di akun Media Sosialnya mengenai keadaan Bengkulu. Selain itu kontennya lebih uptodate sering menggunakan avatar atau tokoh kesatria dengan gambar muka beliau , pokoknya yang menggambarkan tokoh yang kuat, petarung dan gagah”.

Berdasarkan pernyataan dari informan mengenai konten-konten yang di upload di Media Sosial, pencitraan dan pembentukan kesan yang di buat oleh subjek

HH sudah tepat. Karena kesan yang di timbulkan berbentuk positif. Selain itu kesan yang di tangkap dari konten-konten yang di upload mencerminkan pemimpin yang peduli, pemimpin yang bisa kerja, pemimpin yang memiliki prestasi atau capaian dari program yang di canangkan, Pemimpin yang layak dipercaya untuk memimpin dengan ketegasannya, dan dari konten yang dibuat terkesan pemimpin yang kuat, kesatria, berwibawa dan profesional. Sehingga mampu membentuk kesan positif di tengah masyarakat.

Sedangkan untuk panggung depan dilihat dari **Peran (Role)** yang dapat menimbulkan *impression management* maka hasil wawancara kepada informan RM yaitu :

“Saya sebagai pemimpin tidak mau memberitahu khalayak ketika saya membantu atau menyumbangkan sesuatu. Bagi saya itu tidak perlu di sebarluaskan. Saya lebih suka menginformasikan apa yang saya kerjakan. Sehingga keluhan masyarakat di Media Sosial bisa saya jawab langsung dari foto dan video yang di upload di Media Sosial. Selain itu saya akan terus berjuang untuk kemajuan kota Bengkulu dan terus memperbaiki dari kinerja saya. Ketika ada yang melapor bahwa ada TKI ilegal yang meninggal di Malaysia. Saya langsung kerahkan kepala dinas untuk diskusi mulai dari strategi pemulangan mayat TKI tersebut serta bantuan sumbangan yang langsung di berikan untuk keluarga korban. Selain itu ketika ada yang WA langsung saya balas ketika jelas dan meminta bantuan. Seperti dari warga Bengkulu selatan meminta bantuan saya karena BPJS tidak aktif sedangkan istri mau melahirkan. Saya langsung telpon pihak BPJS unuk mengaktifkan, karena warga yang tidak mampu dan dalam kondisi mendesak”.

Jika dilihat dari wawancara kepada subjek RM mengenai Peran (*Role*) merupakan bagian dari panggung depan (*Frontstage*) maka dapat dilihat bahwa subjek RM sebagai kepala daerah memainkan peran dalam presentasi diri, peran sebagai pemimpin yang peduli kepada khalayak atau masyarakat kecil yang

memerlukan pertolongan. Selain itu jika dilihat bahwa citra yang dibangun di masyarakat seorang pemimpin yang peduli kepada masyarakat, pemimpin yang mengayomi masyarakat, pemimpin yang bisa menjadi *role model* bagi masyarakat dalam memecahkan masalah.

Diperkuat dengan pernyataan informan AS mengenai peran atau *Role* dari subjek RM sebagai berikut :

“ Beliau menjalankan peran sebagai pemimpin yang bijaksana, santun dan berpendidikan. Terbukti dari Bahasa yang digunakan selalu memberikan solusi dan visioner. Video yang di upload juga memperlihatkan bahwa beliau seorang pemimpin yang dekat dengan rakyat, yang mendengarkan suara rakyat, serta mampu menumbuhkan kesadaran kepada publik untuk mencintai budaya lokal yaitu budaya Bengkulu seperti kain batik basurek. Selain itu peran beliau sebagai pemimpin terlihat Ketika memberikan arahan selalu runut dan detail. Beliau sebagai pemimpin selalu tepat waktu, dan sangat menghargai waktu”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dihubungkan dengan teori dramaturgi, presentasi kepemimpinan ini menunjukkan pertunjukkan yang sangat terstruktur dan konsisten. Panggung depan yang disajikan menampilkan citra pemimpin yang ideal. Konsistensi dalam menampilkan citra pemimpin yang bijaksana, santun, dan berpendidikan menunjukkan pengelolaan kesan yang terencana. Fokus pada kedekatan dengan rakyat dan mendengarkan suara masyarakat memperkuat kesan pemimpin yang peduli dan responsif. Penekanan pada interaksi dengan rakyat dan promosi budaya lokal menunjukkan upaya untuk membangun koneksi emosional dengan audiens, sambil memperkuat identitas lokal.

Berdasarkan hasil wawancara kepada subjek HH mengenai **peran (Role)** yang dapat menimbulkan *impression management* . Menurut HH mengenai Peran (Role) yaitu :

“Saya lebih terbuka, apa yang di upload di Media Sosial memang saya kerjakan dan saya lakukan. Masyarakat bisa mengadakan ketika ada kinerja dari pemerintah Kota Bengkulu yang tidak beres, bahkan keterbukaan informasi itu jelas, nomor *whatsapp* langsung nomor saya. **Selain** itu adek-adek HMI, Mahasiswa bahkan anak-anak sekolah yang menghadap saya ketika tidak bisa melunasi administrasi untuk mengambil ijazah kita langsung turun tangan untuk menyelesaikannya. Selain itu konten saya menginformasikan kepada masyarakat bahwa ketika terkendala sesuatu tidak ada yang tidak bisa di selesaikan. Selain itu selama saya menjabat saya tidak melihat dari golongan apa atau dari kelompok apa atau dari agama apa. Bagi saya sama, masyarakat Kota Bengkulu yang memerlukan bantuan maka saya akan bantu. Saudara bisa lihat jalan-jalan yang sudah kami bangun , rumah sakit , BPJS gratis bahkan ambulans di setiap kelurahan Kota Bengkulu”.

Berdasarkan penjelasan diatas, terlihat bahwa subjek HH memainkan perannya di Media Sosial melalui upload video dan foto menjelaskan bahwa sebagai pemimpin yang mampu memberikan solusi dan pemecahan masalah dari masalah yang di hadapi masyarakat. Pemimpin yang mengedepankan keterbukaan informasi, mengayomi masyarakat kecil, Pemimpin yang mengedepankan toleransi beragama serta pemimpin yang tidak membedakan kelompok satu dengan lainnya. Ini artinya bahwa berdasarkan teori Dramaturgi mengenai Peran (Role) bahwa peran merujuk pada ekspektasi sosial tentang bagaimana individu seharusnya bertindak dalam situasi tertentu.

Aktor politik memainkan berbagai peran dalam presentasi diri di Media Sosial. Sehingga peran yang dimainkan menimbulkan *impression management* di masyarakat yaitu kesan yang ditimbulkan dari konten dan peran yang di perlihatkan di Media Sosial tiktok adalah sosok pemimpin yang mampu melindungi masyarakat, mengedepankan toleransi, memberikan akses informasi dan memberikan keterbukaan informasi. Selain itu kesan yang muncul adalah , bahwa HH adalah pemimpin yang berwibawa, religious, tegas, dan professional. Dengan menggunakan konten yang di upload di Media Sosial dengan narasi dan strategi



guna memperkuat kesan yang dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap subjek HH.

**Interaksi dengan audiens** dalam presentasi diri aktor politik di media sosial, bentuk interaksi yang dilakukan oleh aktor politik sangat beragam, mulai dari merespon langsung komentar warganet, mengadakan sesi tanya jawab live, hingga membuat konten yang melibatkan partisipasi aktif pengikut setiap aktor politik. Hasil penelitian yang dilakukan bahwa Helmi Hasan (HH) aktif memanfaatkan platform TikTok dengan jumlah pengikut mencapai 83,6 ribu. Ia secara konsisten mengunggah 1-2 video setiap hari di akun TikTok aktor politik. Setiap video yang diunggah selalu mendapat respons positif dari warganet, dengan jumlah like yang konsisten melebihi 1.000 per video. Akun Instagram milik Rohidin Mersyah (RM), dengan 23 ribu pengikut, juga menampilkan pola serupa. Meski demikian, frekuensi pengunggahan videonya cenderung tidak konsisten - kadang mencapai 2-3 video per hari, namun terkadang baru mengunggah video setelah selang waktu satu hari. Di perkuat hasil penelitian mengenai interaksi dengan audines sebagai berikut :

**Interaksi dengan audien** UA salah satu followers dari HH di akun Tiktok helmihasanchannel yaitu :

“ Pak helmi sangat mantap video yang di tampilkan, akhir-akhir ini beliau menunjukkan video dengan dukungan yang di berikan oleh pemerintah pusat. Itu menunjukkan bahwa jaringan beliau sangat luas dan saya yakin beliau bisa membawa perubahan di Bengkulu. untuk interaksi, saya melihat dan berinteraksi secara langsung di Tiktok. Saya lihat beliau langsung menanggapi apa yang di komentari warganet. Bahkan Ketika ada yang berbicara memilih pasangan nomor urut 2 beliau tetap menanggapi positif. Selain itu pencapaian beliau dalam membangun di Kota itu sudah cukup membuktikan beliau mampu dan bisa”.

Interaksi HH di media sosial TikTok dapat dilihat sebagai sebuah pertunjukan teatrikal, di mana panggung depan (front stage) dan panggung belakang (back stage) dikelola secara strategis.

Pada panggung depan, HH membangun citra sebagai pemimpin yang responsif, terbuka, dan profesional melalui konten video dan interaksi langsung dengan pengikutnya. Setting yang dibangun melalui konten videonya menampilkan dukungan dari pemerintah pusat, yang merupakan bagian dari "personal front" untuk memperkuat kesan sebagai figur yang memiliki jaringan kuat dan kapabilitas dalam memimpin. Pemilihan konten yang menunjukkan pencapaiannya dalam membangun Kota Bengkulu juga merupakan bagian dari impression management untuk meyakinkan audiens tentang kompetensinya.

Dalam aspek "*manner*" atau gaya interaksi, HH menunjukkan konsistensi dalam merespon komentar warganet secara langsung. Sikap positifnya dalam menanggapi komentar pendukung kandidat lain mencerminkan pengelolaan kesan yang matang, di mana ia memposisikan diri sebagai figur yang dewasa dan menghargai perbedaan pendapat. Ini adalah bagian dari "*dramatic realization*" di mana aktor politik mengekspresikan karakteristik tertentu yang ingin ditonjolkan kepada audiens.

Interaksi yang terjalin di kolom komentar TikTok menjadi "*performance team*" di mana pengikutnya turut berperan dalam memperkuat narasi kesuksesan dan kompetensi yang dibangun. Testimoni positif dari warganet tentang pencapaiannya di kota Bengkulu menjadi elemen pendukung yang memperkuat kredibilitas performanya sebagai calon pemimpin yang dapat dipercaya.

Keberhasilan pengelolaan kesan ini terlihat dari respons positif audiens yang mengapresiasi konten videonya dan meyakini kemampuannya untuk membawa perubahan di Bengkulu. Ini menunjukkan bahwa "*definition of situation*" yang dibangun Helmi Hasan berhasil diterima oleh audiens, menciptakan realitas sosial yang mendukung posisinya sebagai calon gubernur yang kompeten dan terpercaya.

Di perkuat hasil wawancara kepada informan TM mengenai interaksi HH dengan audiens yaitu :

“Bapak selalu membalas komentar dari warganet, mau itu negatif atau yang sifatnya pendukung. Dukungan muncul selalu Ketika ada video yang di share dukungan yang bapak dapat bisa dengan *like* sampai lebih dari 1000. Selain itu yang saya lihat bapak selalu positif dalam menanggapi komentar dari warganet. Saya sebagai tim IT sekaligus followers beliau jadi tau Ketika ada pro dan kontra di video yang di upload”.

Dari penjelasan di atas dapat di analisis bahwa media sosial telah menjadi panggung utama bagi para aktor politik untuk membangun interaksi dengan konstituennya. Narasi yang disampaikan memberikan gambaran jelas tentang bagaimana seorang tokoh politik memanfaatkan media sosial sebagai arena dramaturgi modern, di mana interaksi dengan warganet menjadi pertunjukan yang dikelola secara strategis namun tetap mempertahankan esensi keterhubungan dengan publik.

*Front stage* (panggung depan) dikelola dengan sangat terstruktur di media sosial. Tokoh politik dalam narasi ini secara konsisten membangun citra sebagai pemimpin yang responsif dan terbuka melalui kebiasaannya membalas setiap komentar warganet, baik yang bersifat positif maupun negatif. Strategi pengelolaan kesan (*impression management*) ini diperkuat dengan sikap positif yang selalu ditampilkan dalam menanggapi berbagai komentar, mencerminkan karakter kepemimpinan yang matang dan profesional. Dukungan yang diperoleh, tercermin dari lebih dari 1000 likes pada video yang dibagikan, menunjukkan efektivitas performansi yang ditampilkan di panggung depan digital ini.

Di perkuat dengan data yang ada pada akun Tiktok HH dengan upload video tentang aktor atau tokoh berpengaruh yang mendukung HH untuk mencalonkan diri menjadi Gubernur. Di lengkapi dengan respon dari warganet :



Sumber : Akun Tiktok @helmihasanchannel

Dari gambar tersebut, dapat dianalisis strategi presentasi diri yang dilakukan oleh HH dalam kontestasi pemilihan Gubernur Bengkulu. HH melakukan *positioning* yang cerdas dengan memanfaatkan kedekatan dan koneksinya dengan tokoh-tokoh nasional. Hal ini terlihat dari desain visual yang menempatkan foto Prabowo Subianto di bagian atas dengan posisi menonjol, yang secara tidak langsung menunjukkan dukungan dan kedekatan dengan Presiden tersebut.

Strategi presentasi diri lainnya terlihat dari penempatan figur Zulkifli Hasan, yang merupakan kakak kandungnya sekaligus tokoh nasional, dalam visual kampanye. Hal ini mengkomunikasikan dua pesan sekaligus: pertama, menunjukkan bahwa HH memiliki koneksi kuat di tingkat pusat melalui hubungan kekeluargaan dengan salah satu pejabat nasional; kedua, memberikan kesan bahwa kepemimpinannya akan mendapat dukungan penuh dari pemerintah pusat yang dapat menguntungkan pembangunan Bengkulu.

Penggunaan frase "Besar Kemungkinan" dan "Insyallah" dalam desain memberikan kesan optimisme sekaligus kehati-hatian dalam berkomunikasi. Visual yang dipilih juga menampilkan HH dengan pakaian formal dan peci yang mencerminkan profesionalisme sekaligus nilai-nilai religius. Strategi presentasi diri ini secara keseluruhan bertujuan untuk membangun persepsi bahwa Helmi Hasan adalah kandidat yang memiliki kapabilitas, koneksi kuat di pusat, dan nilai-nilai yang sesuai dengan masyarakat Bengkulu.

Interaksi yang di bangun dengan audiens juga di perhatikan oleh RM. Berdasarkan hasil wawancara kepada informan RA tentang interaksi RM dengan audiens yaitu :

“Beliau selalu *update* melalui video atau foto yang di bagikan di instagram. Saya lihat bapak kurang aktif Ketika komentar, ada yang di balas ada yang tidak. Karena beliau saya yakin sibuk banyak yang di kerjakan, jadi waktu untuk membalas komentar saya yakin butuh waktu. Tetapi selalu memberikan informasi kepada warganet tentang aktivitas beliau sebagai aktor politik dan Ketika menjalankan aktivitas sebagai gubernur, konten-konten beliau juga memperlihatkan banyaknya dukungan yang di peroleh, selain itu konten melalui video yang di upload lebih memperlihatkan kedekatan dan dukungan dengan berbagai kalangan”.

Pola interaksi Rohidin di media sosial menunjukkan adanya selective interaction, di mana tidak semua komentar warganet mendapat respons. Dalam kerangka dramaturgi, hal ini dapat dipahami sebagai bagian dari dramatic realization, di mana kesibukan sebagai pejabat publik justru menjadi elemen yang memperkuat authenticity atau keaslian perannya sebagai gubernur yang memiliki banyak tanggung jawab. Keterbatasan waktu dalam merespons komentar, alih-alih menjadi kelemahan, justru menjadi bagian dari mystification yang membangun aura tertentu tentang posisinya sebagai pejabat publik yang memiliki agenda padat.

Konsistensi Rohidin dalam membagikan informasi tentang aktivitasnya merupakan bentuk *dramatic consistency* dalam teori dramaturgi. Hal ini terlihat dari bagaimana ia secara rutin menampilkan kegiatan-kegiatannya baik sebagai aktor politik maupun sebagai gubernur. Konten-konten yang memperlihatkan dukungan dari berbagai pihak merupakan bagian dari *team performance*, di mana audiens diajak untuk melihat bahwa pertunjukan yang ditampilkan mendapat legitimasi dari berbagai kalangan pendukung. Ini menjadi bagian yang membuat peran dan posisinya sebagai pemimpin menjadi lebih nyata dan dapat dipahami oleh audiens.

Video-video yang diunggah dengan menampilkan kedekatan dan dukungan dari berbagai kalangan merupakan bentuk *idealization* dalam dramaturgi. Melalui konten ini, Rohidin berusaha menampilkan versi ideal dari seorang pemimpin yang memiliki koneksi luas dan diterima oleh berbagai lapisan masyarakat. Pemilihan konten yang menunjukkan interaksi dengan berbagai kelompok mencerminkan audience segregation, di mana ia berusaha menjangkau dan mengakomodasi berbagai segmen masyarakat dalam performanya.

Sama halnya dengan hasil wawancara kepada informan AS followers dari RM menjelaskan bahwa interaksi RM dengan audines sebagai berikut :

“ Saya lihat bapak rohidin selalu memberikan informasi kegiatan beliau sebagai Gubernur dan aktivtias Ketika kampanye dan dukungan yang diberikan masyaarakat melalui upload video dan foto. Interaksi yang terbangun Ketika komentar tidak semua komentar di balas oleh beliau, tetapi warganet selalu memberikan *feedback* dari video melalui laman komentar”.

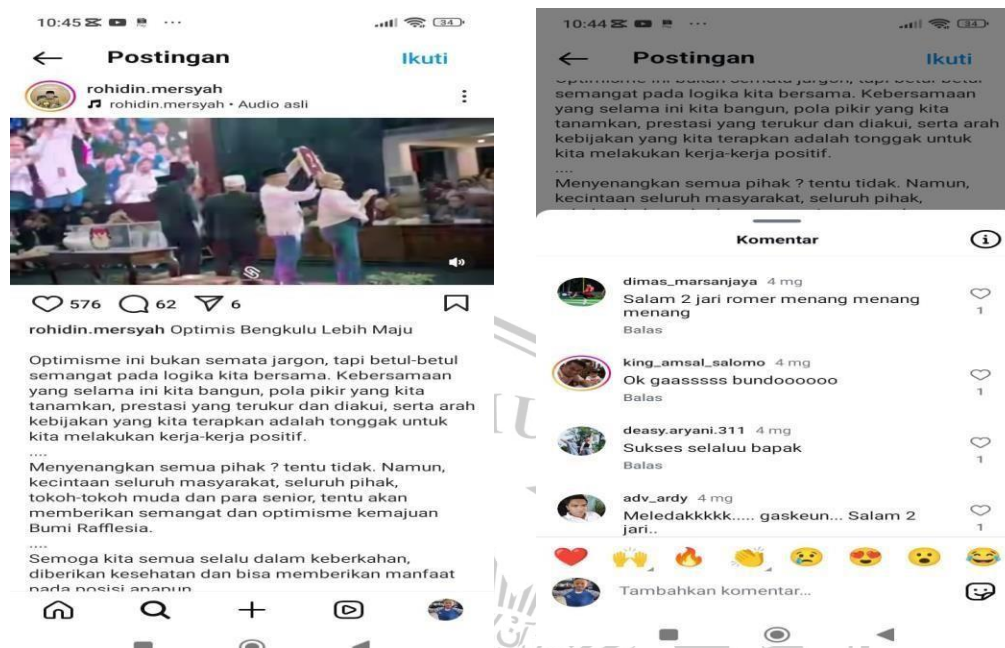
Hasil wawancara diatas dapat dianalisis bahwa interaksi yang dibangun Rohidin di media sosial merupakan bentuk pertunjukan yang kompleks di mana media sosial berperan sebagai panggung depan (front stage). Aktivitas berbagi informasi melalui unggahan video dan foto tentang kegiatannya sebagai Gubernur maupun aktivitas kampanye menjadi bagian dari pengelolaan kesan (impression management) yang dilakukan secara strategis.

Melalui konten-konten ini, Rohidin berusaha membangun narasi tentang dirinya sebagai pemimpin yang aktif dan mendapat dukungan luas dari masyarakat, yang dalam dramaturgi disebut sebagai upaya idealisasi peran (role idealization).

Pola interaksi yang terlihat di mana tidak semua komentar mendapat balasan mencerminkan apa yang dalam dramaturgi disebut sebagai selective interaction dan mystification. Keterbatasan dalam merespons komentar justru dapat dipahami sebagai strategi untuk mempertahankan "social distance" atau jarak sosial yang diperlukan dalam membangun aura kepemimpinan. Meskipun tidak semua komentar dibalas, keberadaan warganet yang tetap memberikan feedback melalui kolom komentar menunjukkan keberhasilan dalam membangun keterlibatan audiens (audience engagement), yang merupakan bentuk keberhasilan dramatic realization dalam pertunjukan politik di media sosial.

Interaksi yang terbangun antara Rohidin dan warganet menciptakan apa yang dalam dramaturgi disebut sebagai "performance team", di mana audiens tidak hanya menjadi penonton pasif tetapi turut berperan dalam memperkuat narasi pertunjukan melalui feedback yang diberikan. Konten-konten yang menampilkan dukungan masyarakat menjadi bagian dari dramatic realization yang membuat peran kepemimpinannya terlihat lebih nyata dan legitimate di mata publik. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya menjadi sarana informasi, tetapi juga arena pertunjukan di mana legitimasi kepemimpinan dibangun dan diperkuat melalui interaksi dengan audiens.

Di perkuat dengan data yang di ambil secara langsung dari akun Instagram @rohidin.mersyah sebagai berikut : Di perkuat dengan data yang ada melalui video yang di upload di Instagram milik RM yaitu :



Sumber : Akun instagram @rohidin.mersyah

RM membangun narasi kepemimpinan yang optimistis namun tetap realistis melalui unggahannya. Hal ini terlihat dari caption yang ia tulis "Optimis Bengkulu Lebih Maju" yang kemudian diikuti dengan penjelasan bahwa optimisme tersebut bukan sekadar jargon kosong, melainkan didasari oleh pengalaman konkret dalam membangun daerah.

Dalam aspek visual, ia menampilkan momen kebersamaan dalam sebuah acara yang menunjukkan dukungan masyarakat. Hal ini menjadi bagian dari strategi presentasi diri untuk memperlihatkan legitimasi sosial dan penerimaan publik terhadap kepemimpinannya. Video tersebut mendapat respons positif dengan 576 likes, 62 komentar, dan 6 shares, menunjukkan tingkat engagement yang cukup baik dengan audiensnya.



Gaya bahasa yang digunakan dalam *caption* menunjukkan kombinasi antara pemimpin yang berpengalaman dan tetap rendah hati. Ini terlihat dari bagaimana ia menekankan "kebersamaan yang selama ini kita bangun" dan "prestasi yang terukur dan diakui". Penggunaan kata "kita" secara konsisten menunjukkan upaya untuk membangun sense of belonging dan kebersamaan dengan masyarakat.

Rohidin Mersyah juga menunjukkan kematangan politik dengan mengakui bahwa tidak mungkin menyenangkan semua pihak, namun tetap optimis bahwa dukungandari berbagai elemen masyarakat akan mendorong kemajuan Bengkulu (Bumi Raflesia). Penutup *caption* dengan doa dan harapan untuk keberkahan dan kesehatan bersama mencerminkan nilai-nilai religius dan kepedulian sosial yang ingin ia tunjukkan. Keseluruhan presentasi diri ini menggambarkan upaya Rohidin Mersyah untuk memposisikan diri sebagai pemimpin yang berpengalaman, realistis, inklusif, dan tetap menjunjung nilai-nilai religius serta kearifan lokal. Strategi ini tampak efektif dalam membangun citra positif dan mempertahankan dukungan publik melalui platform Instagram.

### **3. Presentasi Diri Aktor Politik di Panggung Belakang (*Back stage*)**

Teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman melihat kehidupan sosial layaknya sebuah panggung sandiwara, di mana individu bertindak sebagai aktor yang mementaskan perannya di hadapan audiens. Dalam konteks ini, *impression management* atau manajemen kesan memegang peranan penting bagi aktor politik dalam mempresentasikan diri mereka di media sosial. Analisis panggung belakang aktor politik dalam konteks keluarga melalui lensa teori Dramaturgi memberikan wawasan mendalam tentang kompleksitas kehidupanfigur publik. Hal ini menunjukkan bahwa "pertunjukkan" seorang politisi tidak terbatas pada panggung belakang tetapi melibatkan dinamika kompleks di panggung belakang (*back stage*).

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan DR mengenai panggung belakang (*back stage*) subjek RM yaitu :

“Kalau bapak selalu memperhatikan anak-anak, istri dan orangtua di kampung. bisa dikatakan kalau dengan saya sebagai istri bapak sangat terbuka, sesibuk apaun beliau selalu bicara kesaya ,ngobrol dengan saya ketika sudah pulang dari kantor. apalagi dengan orangtua bapak tidak kalah perhatiannya, setiap hari selalu menelpon ibu di kampung, menanyakan keadaan ibu. selain itu bapak selalu menanyakan ke saya sebagai istrinya , progres apa yang sudah di lakukan serta apa yang sudah di kerjakan yang bermanfaat untuk rakyat . selain itu bapak, selalu memperhatikan karyawan atau yang bekerja di rumah. Sering mintak saya untuk memberikan uang lebih ke pekerja di rumah. Selain itu bapak tidak pernah marah ke anak-anak, dia selalu memberikan gambaran, masukan dan tidak pernah memaksakan ke anak-anak tentang cita-cita mereka.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan DR mengenai panggung belakang (*back stage*) subjek RM adalah berdasarkan teori dramaturgi, maka subjek RM dalam deskripsi ini melaukan *impression management* yang sangat efektif. Subjek RM membangun citra sebagai figur yang multidimensi, suami yang



baik, ayah yang pengertian, anak yang berbakti, pemimpin yang peduli. Sehingga pada hasil wawancara di atas dapat di analisis bahwa subjek RM menjalankan kompleksitas peran (*Role Complexity*) menjalankan beberapa peran sebagai suami, sebagai anak, sebagai ayah, sebagai pemimpin. Kesan yang di bangun sangat konsisten jika di lihat dari hasil wawancara di atas, “panggung” kehidupan rumah tangga, keluarga besar, tempat kerja dan masyarakat. KONSistensi ini memperkuat kesan positif yang ingin di tampilkan.

Diperkuat dengan pernyataan dari hasil wawancara kepada informan DP yang melihat dan berinteraksi Ketika di panggung belakang (back stage) sebagai berikut:

“saya yang berinteraksi di belakang panggung dengan bapak, bapak orangnya sangat baik. Kami ikut ke tempat orang tua bapak, kami di suguhkan makanan, Kami di kasih baju, uang saku. Beliau menganggap kami seperti keluarga. Selain itu pakaian bapak lebih santai , Ketika di rumah juga tidak pernah menggunakan topi. Lebih santai dengan menggunakan baju kaos dan celana dasar. Selain itu bapak orangnya sangat menghargai senior. Ketika bertemu dengan senior beliau sungkem layaknya menghargai yang lebih tua. Di situ kami melihat bahwa etika bapak sangat bagus. Banyak nilai-nilai yang di ajarkan ke kami. Bagaimana Ketika di luar jam kantor , tetapi masih ada yang menghubungi dan meminta bantuan. Beliau masih membalas dan memberikan jalan keluarnya. Saya melihat bahwa bapak sangat *humble*”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas terlihat bahwa Penampilan (Performance) dari pakaian lebih santai seperti baju kaos, celana dasar tidak menggunakan topo, jika di analisis dengan teori dramaturgi maka penamilan ini menunjukkan relaksasi dari “kostum” panggung depan , menciptakan kesan keakraban dan mengurangi jarak sosial, meskipun santai, tetapi menjaga kerapian menunjukkan bahwa ada Batasan tertentu yang tetap dijaga. Gaya penyampaian (manner) sangat baik, ramah menghargai senior dan *humble* jika di analisis

dengan teoti dramaturgi maka Manner konsisten dengan panggung depan, menunjukkan internalisasi peran yang kuat, kerendahan hati(humble) menjadi bagian dari pertunjukkan yang konsisten. Ketika dilihat dari Pengelolaan Jarak Sosial dapat di analisis Ketika staf merasa sudah di anggap keluar, maka strategi ini untuk mengurangi jarak sosial dan membangun loyalitas.

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan AH mengenai panggung belakang (back stage) subjek HH sebagai berikut :

“Kemauan beliau itu keras Ketika menyangkut yang dia inginkan, harus sampai dapat dan sempurna apalagi berhubungan dengan masyarakat dan hajar hidup orang banyak. Beliau sangat memperhatikan lingkungan dan keluarga. Anak-anak kami selain arahan beliau dan keinginan anak-anak memberikan mahkota ke kami sebagai orangtua. Mereka ingin masuk pesantren. Ketika anak-anak jauh beliau selalu menelpon menanyakan kabar, sudah makan belum bahkan Ketika badan anak terlihat kurusan beliau langsung menanyakan Kesehatan anak, dan menanyakan hafalan Quran nya . menanyakan apakah ada kendala atau tidak. Untuk urusan anak beliau sangat perhatian, kalau kata beliau anak-anak harus mendapatkan asupan baik jasmani maupun rohani. Terkadang orang melihatnya sangar dan cerewet, tapi sebenarnya dia orangnya tegas, tidak mau bertele-tele lebih suka *to do point*. Hatinya sangat baik , terlihat dari semua program yang terlaksana, seperti menyantuni janda-janda, menyantuni anak yatim, jemput sakit pulang sehat, 1000 jalan mulus, lalu sekarang sudah adanya rumah sakit kota RSHD. Semua itu dia wujudkan untuk kepentingan masyarakat dan menyangkut hajat hidup orang banyak. Selain itu BPJS Gratis telah banyak membantu orang-orang tidak mampu. Kami sering mendapatkan ucapan terimakasih dari masyarakat, bahkan sampai datang kerumah karena sangat merasa terbantu. Semua itu di lakukan karena beliau tidak bisa melihat orang susah”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan AH mengenai subjek HH di panggung belakang terlihat bahwa “penampilan” sebagai pemimpin yang tegas dan berorientasi pada hasil. Citra sebagai sosok yang peduli terhadap keluarga dan masyarakat. Kombinasi antara ketegasan dan kepedulian membentuk “kostum” dramaturgi yang kompleks. Gaya penyampaian atau Manner yang di perhatikan seperti kemauan yang keras , tegas, tidak suka bertele-tele , langsung *to do point*

maka dapat di analisis dengan teori dramaturgi bahwa gaya penyampaian yang tegas menciptakan kesan pemimpin yang kuat, perhatian terhadap detail (misalnya menanyakan makan, hafalan Quran ke anak) menunjukkan kepedulian yang mendalam. Kombinasi ketegasan dan kepedulian membentuk “pertunjukkan” yang kompleks dan multidimensi. Ditambah dengan program-program sosial dan Kesehatan yang di jalankan membuat strategi untuk membangun citra sebagai pemimpin yang pro-rakyat. Sehingga dapat dilihat bahwa integral peran yaitu adanya integrasi yang kuat antara peran publik(pemimpin) dan pribadi (anggota Keluarga), menunjukkan internalisasi peran yang mendalam, Manajemen kesan yang dibangun terlihat dari ketegasan namun peduli rakyat. Mampu menyesuaikan “pertunjukkan” sesuai dengan audiens (keluarga dan masyarakat umum).

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan TM mengenai panggung belakang (*back stage*) subjek HH sebagai berikut :

“ bapak orangnya tegas, kalau lagi duduk santai di rumahnya, kami di ajak duduk Bersama, di ajarkan bagaimana hidup ini harus bermanfaat untuk diri sendiri dan orang banyak. Beliau sangat religius. Kalau azan kami tidak sholat di rumah tapi di ajak beliau ke masjid. Pulang dari masjid magrib, kami yang masih stay di rumah akan di ajak beliau untuk mengaji dan setelah itu kami di ajak beliau makan Bersama. Kami merasakan beliau tidak hanya pemimpin tetapi seperti abang kami sendiri, yang selalu menanyakan kabar keluarga kami, sehingga kami merasakan bekerja dengan sepenuh hati dan ikhlas mengharapkan ridho sang Pencipta. Beliau selalu mengatakan bahwa setiap apapun itu harus di usahakan, hasilnya serahkan kepada Allah. Pakaian yang di gunakan beliau juga sederhana, tetapi kalau di rumah sorban atau peci beliau di lepas. Tongkat jg tidak di gunakan. Beliau layaknya seorang ayah dan kakak yang sangat ideal. Mampu mengayomi dan memberikan sentuhan rohani dari setiap wejangan dan perilakunya”.

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat di analisis, Penampilan sederhana menciptakan kesan kerendahan hati dan kedekatan dengan orang lain.

Melepas atribut formal (seperti peci, tongkat dan sorban) Ketika di dalam rumah menunjukkan relaksasi dari “kostum” panggung depan. Perubahan penampilan menandakan transisi dari panggung depan ke panggung belakang. Untuk gaya penyampaian (*Manner*) seperti kombinasi ketegasan dan religius membentuk karakter yang kompleks, mengajak beribadah bersama menunjukkan konsistensi antara ucapan dan tindakan, pemberian wejangan menciptakan peran sebagai mentor atau figur ayah. Perhatian terhadap bawahan dan keluarga membangun kesan pemimpin yang peduli dan mausiawi. Sehingga dapat di analisis bahwa subjek HH memainkan peran yang kompleks baik sebagai pemimpin, mentor spiritual, figur keluarga. Adanya relaksasi di rumah (melepas atribut formal), nilai-nilai inti dan perilaku tetap konsisten. Manajemen kesan yang holistic terlihat bahwa kata-kata dan Tindakan (mengajak ibadah) dan perhatian personal, menciptakan kesan religius, kepedulian, ketegasan.

#### **D. Diskusi dengan Teori**

Penelitian ini menggunakan teori Dramaturgi Ervin Goffman sebagai pisau analisis. Melalui buku *the presentation of self in everyday life*, Goffman dalam Griffith dan Papacharissi (2010) menjelaskan terdapat dua konsep dalam dramaturgi yaitu presentasi diri dan pengelolaan kesan (*impression management*). Goffman berpendapat bahwa model Presentasi diri individu dalam interaksi sosial merupakan proyeksi dari panggung drama. (stoddart, 1986)(Luckita et al., 2019). Selanjutnya Goffman Menyusun kerangka presentasi diri dalam interaksi sosial, kerangka tersebut terbagi menjadi dua bagian yaitu panggung depan (*front stage*) dan Panggung belakang (*Back stage*) (Goffman, 2017). Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang sudah ditetapkan di awal yaitu tentang presentasi diri aktor

politik di panggung depan (*fornt stage*) di Media Sosial, presentasi diri aktor politik di panggung depan (*front stage*) *real life*, serta presentasi diri aktor politik di panggung belakang (*back stage*), studi pada akun Instagram @rohidin.mersyah dan akun tiktok @helmihasanchannel.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniawati (2022) dengan judul “*Representation of Political Actor's Identity in Social Media (Analysis on Instagram accounts of Anies Baswedan, Ridwan Kamil and Ganjar Pranowo)*”. Berdasarkan hasil penelitian di dapatkan bahwa Internet telah mempengaruhi pola pada banyak platform online atau penggunaan aplikasi oleh masyarakat Indonesia untuk aktualisasi diri. Instagram adalah salah satu sosial paling populer platform media yang memungkinkan pengguna untuk menampilkan gambar atau video berdurasi pendek disertai dengan teks pendek mengungkapkan pesan yang digunakan sehingga terbentuknya kesan yang diinginkan. Sama yang peneliti lakukan bahwa peneliti membenarkan merujuk pada hasil penelitian menunjukkan bahwa presentasi diri aktor politik di Media Sosial tidak terbentuk dengan sendirinya melainkan ada tim atau individu lain yang mendukung untuk terbentuknya kesan atau *impression management* di Media Sosial. Sedangkan presentasi diri aktor politik di *real life* terbentuk dengan sendirinya atau di timbulkan dari interaksi individu tersebut. Sehingga dalam penelitian ini terdapat dua panggung depan (*front stage*) yaitu panggung depan (*front stage*) di Media Sosial dinamakan “panggung digital” dan panggung depan (*front stage*) di *real life*. Hasil penelitian dari kedua aktor.

Hasil penelitian dari dua aktor politik menjelaskan bahwa aktor politik dalam presentasi diri di panggung depan (*front stage*) *real life* yaitu mengenai **Penampilan (*Performance*)** : *Personal Front* yang dikenakan menunjukkan konsistensi yang kuat dalam membangun “*personal Front*”. Setiap elemen

penampilan, dari pakaian formal hingga atribut keagamaan , dipilih dengan cermat untuk mendukung citra yang diinginkan. Ini sejalan dengan konsep Goffman tentang “*personal front*” sebagai perangkat ekspresif yang digunakan aktor secara sadar atau tidak sadar selama pertunjukkan. Selanjutnya simbol seperti penggunaan peci, jubah, celak, tongkat berfungsi sebagai simbol yang kuat. Elemen-elemen inidengan cepat mengkomunikasikan identitas dan nilai-nilai kepada audiens, sesuai dengan gagasan Goffman tentang pentignya *symbol* dalam interaksi sosial. Konsep





Ideal dapat dilihat dari penggunaan atribut keagamaan dan pilihan warna yang konsisten seperti (putih dan biru) merepresentasikan versi ideal seorang pimpinan yang religius, bersih dan dapat di percaya. Ini mencerminkan konsep “*idealization*” Goffman , dimana aktor berusaha menampilkan versi terbaik dari diri sang aktor politik. (Goffman, 1959)(Luckita et al., 2019)

Konsistensi dalam penampilan , bahkan dalam situasi santai menunjukkan sepenuhnya menghayati peran sebagai figur publik. Hal Ini mencerminkan konsep “*role*” Goffman , di mana individu sepenuhnya menerima dan menginternalisasi peran aktor politik. *Impression management* dari variasi pakaian untuk berbagai konteks (keagamaan, formal, santai) menunjukkan kemampuan baik dalam mengelola kesan sesuai dengan situasi. Ini adalah inti dari teori dramaturgi yaitu “*impression management*” atau kesan yang terbentuk adalah aktor politik pertama religius, bersih, bijaksana dan dapat dipercaya.

Hasil penelitian selanjutnya pada aktor politik kedua dari **Penampilan (Performance)** merupakan “*personal front*” yang kuat, menciptakan citra pemimpin yang menghargai budaya lokal sekaligus Profesional. Setiap elemen yang mengkomunikasikan pesan secara spesifik: batik untuk budaya lokal, profesionalisme, jam tangan untuk ketepatan waktu. *Konsep* ideal terlihat dalam kombinasi elemen tradisional dan modern, menciptakan citra pemimpin ideal yang menghargai warisan budaya namun tetap *up to date*. Pemilihan setting yang beragam menunjukkan kemampuan untuk melakukan “*audience segregation*” , dimana ia mampu menyesuaikan performa dengan berbagai audiens. Penggunaan

media sosial sebagai “panggung” menunjukkan kesadaran akan pentingnya “*digital dramaturgy*” dalam era modern.

**Setting** yang dilakukan oleh aktor politik kedua mampu menciptakan kesan (*impression management*) yang kuat dalam beradaptasi pada berbagai situasi di lapisan masyarakat. Hal ini tercermin dari kemampuan untuk berinteraksi dengan masyarakat. Perilaku ini sejalan dengan konsep Goffman tentang performa dimana individu secara aktif mengelola kesan yang ingin di tampilkan kepada audiens. Kemampuan aktor politik memainkan peran sesuai dengan setiap lapisan masyarakat menunjukkan fleksibilitas peran yang tinggi. Seseuai dengan teori Goffman tentang bagaimana individu menyesuaikan perilaku aktor berdasarkan konteks sosial. Keahlian dalam penggunaan Bahasa yang lugas saat berpidato, penjelasan yang runut dan detail serta pemberian nomor telepon pribadi dapat di interpretasikan sebagai strategi untuk mengelola peran formal sebagai pemimpin dan keinginan untuk mengurangi jarak sosial. Hal ini mencerminkan apa yang Goffman sebut manajemen dalam interaksi sosial.

**Kesan** (*impression management*) yang terbentuk menunjukkan kemampuan yang kuat dalam manajemen kesan melalui penggunaan symbol-simbol visual dan perilaku yang konsisten. Penggunaan peci dan celak secara konsisten menciptakan kesan religius dan tradisional, sementara penggunaan pakaian dan ketepatan waktu membangun citra profesional dan disiplin. Hal ini sejalan dengan konsep Goffman tentang “personal Front” di mana penampilan dan tingkah laku (*manner*) digunakan untuk mendefinisikan situasi bagi audiens. Pengelolaan symbol seperti peci, celak, PDH pakaian, jam tangan berfungsi sebagai

“Prop” dalam pertunjukkan sosial. Menurut Goffman Prop adalah bagian dari “setting” yang membantu aktor memainkan peran dengan efektif dan menyakinkan. Konsistensi dalam memadukan unsur religius, tradisional dan profesional menunjukkan komitmen terhadap peran yang dimainkan. Citra kepemimpinan yang kuat namun peduli serta keterbukaan dan kejujuran yang ditampilkan mencerminkan proses idealisasi, menurut Goffman, aktor politik cenderung menampilkan versi yang ideal dari diri aktor, sesuai dengan nilai-nilai masyarakat.

*Impression manajemen* yang terbentuk dari aktor politik lainnya adalah seorang aktor politik yang sangat terampil dalam mengelola kesan. Menggunakan berbagai elemen penampilan, manner, dan setting untuk mengkomunikasikan citra sebagai pemimpin yang menghargai budaya lokal, profesional, dan detail-oriented. Konsistensi dalam “personal front” dan “manner” menunjukkan internalisasi peran yang mendalam, sementara perhatian terhadap detail dalam setiap aspek performanya menunjukkan pemahaman yang kuat tentang prinsip-prinsip dramaturgi.

Aktor politik berhasil menciptakan “ideal” dari seorang pemimpin modern yang tetap mengakar pada nilai-nilai tradisional. Penggunaan batik basurek sebagai elemen sentral dalam performanya tidak hanya berfungsi sebagai simbol untuk identitas budaya, tetapi juga sebagai alat untuk “team performance”. Kemampuannya untuk menyesuaikan performa dengan berbagai setting dan audiens, termasuk dalam ranah digital, menunjukkan fleksibilitas dan adaptabilitas yang tinggi dalam manajemen kesan. Secara keseluruhan, analisis ini menggambarkan sebagai seorang aktor politik yang sangat sadar akan pentingnya manajemen kesan dan mampu menggunakan prinsip-prinsip dramaturgi dengan efektif untuk membangun dan mempertahankan citra positif.

Hasil penelitian mengenai presentasi diri aktor politik pertama di panggung depan “**panggung digital**” di Media Sosial dengan menggunakan teori Goffman sebagai pisau analisis maka didapatkan aktor politik menggunakan berbagai elemen visual dan verbal untuk membangun citra yang diinginkan. Aktor politik pertama tidak hanya membangun citra tetapi secara aktif mengkonstruksi identitas politik-religius yang kompleks, penggunaan atribut keagamaan (sorban, kopiah, peci, celak, tongkat) bersama warna partai menunjukkan upaya untuk menyatukan identitas religius dengan identitas politik. *Tagline* “beri hidayah ya Rabb” mengidentifikasikan sebagai pemimpin yang mencari bimbingan Ilahi, menciptakan narasi kepemimpinan yang diilhami secara spiritual. Selain itu konten yang di *upload* mengenai program yang terlaksana dan lebih melihat dari apa yang saat ini sedang *up to date*. Seperti menggunakan avatar dan tokoh *hero* tetapi dengan wajah dari aktor politik. Semua itu di tujukan untuk membentuk citra kesatria, berwibawa dan menarik *followers* untuk melihat dan mengikuti.

Hasil penelitian mengenai **panggung depan (front stage) di Media Sosial** menjadi panggung utama dimana aktor politik kedua menampilkan citra diri sebagai pemimpin yang dekat dengan rakyat. Foto dan video yang di publikasikan merupakan “pertunjukkan” yang telah di atur sedemikian rupa. Proses pemilihan dan penyuntingan konten oleh tim media atau tim IT merupakan aktivitas di balik layar yang tidak terlihat oleh publik. Hasil dari upload video dan foto dengan memanfaatkan kontrol atas “panggung digital” untuk memberikan narasi pemimpin yang dekat dengan rakyat. Karena semua yang di unggah konten terbaik yang mendukung terbentuknya citra yang diinginkan. Tim *Performance* yaitu tim media dan tim IT berperan sebagai “kru panggung” yang mendukung pertunjukkan dari aktor politik.

**Interaksi** yang terbangun dengan audiens yaitu Dalam teori dramaturgi Erving Goffman, panggung politik merupakan arena di mana aktor politik melakukan pertunjukan (*performance*) untuk membangun kesan tertentu di mata audiensnya. Actor politik memberikan contoh yang menarik tentang bagaimana seorang aktor politik melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) melalui berbagai elemen visual dan verbal dalam kampanyenya.

Pada *front stage* atau panggung depan, aktor politik melakukan pertunjukan yang sangat terkalkulasi melalui beberapa elemen performatif. Pertama, pemilihan *setting* yang menempatkan foto tokoh nasional di posisi menonjol merupakan bentuk personal front yang disengaja untuk membangun kesan kedekatan dengan kekuasaan pusat. Setting ini berfungsi sebagai "properti panggung" yang memperkuat peran yang dimainkan aktor politik sebagai kandidat yang memiliki akses ke lingkaran kekuasaan nasional.

Penggunaan figur tokoh Nasional dalam visual kampanye merepresentasikan apa yang dalam dramaturgi disebut sebagai "*team performance*" atau pertunjukan tim. Dalam hal ini, hubungan kekeluargaan dengan tokoh nasional tidak hanya menjadi modal sosial, tetapi juga menjadi bagian dari upaya untuk membuat aspek yang tidak terlihat (koneksi politik) menjadi terlihat dan dipahami audiens. Penempatan strategis ini menciptakan apa yang Goffman sebut sebagai "kerangka interpretasi" di mana audiens diajak untuk memaknai aktor politik yang memiliki legitimasi dan akses ke sumber daya nasional.

Pemilihan diksi seperti "Besarnya Kemungkinan" dan "Insya'Allah" menunjukkan kehati-hatian. Ini merupakan strategi untuk mengelola kesan tanpa membuat klaim yang terlalu berani yang bisa merusak kredibilitas pertunjukan. Penggunaan bahasa yang optimistis namun tetap hati-hati ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya "*maintaining expressive control*" atau pengendalian ekspresi dalam membangun kesan yang diinginkan. *Personal Performance* atau penampilan pribadi aktor politik yang menggunakan pakaian formal dan peci merupakan bagian dari "*front personal*" yang dirancang untuk mengkomunikasikan profesionalisme dan nilai-nilai religius. Dalam konteks dramaturgi, ini adalah bentuk tanda yang digunakan untuk mengirimkan pesan tentang identitas dan nilai-nilai yang dianut aktor kepada audiensnya.

*Idealization* atau upaya untuk menampilkan versi ideal dari peran yang dimainkan, terlihat dari bagaimana aktor politik memposisikan diri sebagai jembatan antara kepentingan daerah dan pusat. Strategi ini menciptakan apa yang dalam dramaturgi disebut sebagai "*mystification*" atau mistifikasi, di mana jarak sosial tertentu dipertahankan untuk memperkuat kesan istimewa dari peran yang dimainkan.

Dalam konteks audience segregation (pemisahan audiens), strategi presentasi diri ini tampaknya dirancang untuk menjangkau berbagai segmen pemilih. Penggunaan simbol-simbol religius menyasar pemilih yang mengutamakan nilai-nilai keagamaan, sementara penekanan pada koneksi dengan tokoh nasional menarik bagi pemilih yang mengutamakan aspek pembangunan dan kemajuan daerah. Aktor politik membangun narasi tentang potensi keuntungan yang bisa didapat Bengkulu melalui koneksinya dengan pemerintah pusat. Ini adalah bentuk *dramatic realization* yang mencoba mengkonkretkan manfaat yang mungkin didapat jika ia terpilih, sambil tetap menjaga jarak yang menciptakan aura istimewa di sekitar kemampuannya untuk mengakses sumber daya nasional.

Keseluruhan strategi presentasi diri ini menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip dramaturgi dalam politik. Aktor politik berhasil menciptakan pertunjukan yang memadukan berbagai elemen – visual, verbal, dan simbolik – untuk membangun kesan sebagai kandidat yang memiliki kapabilitas, koneksi, dan nilai-nilai yang selaras dengan harapan masyarakat Bengkulu.

Presentasi diri aktor politik di panggung belakang (*back stage*) dapat dianalisis dengan teori dramaturgi Goffman yaitu aktor politik di panggung belakang terlihat bahwa “penampilan” sebagai pemimpin yang tegas dan berorientasi pada hasil. Penampilan aktor politik di media sosial tidak lepas dari persiapan di *back stage*. Tim IT atau Kru “panggung” memiliki peran strategis yang kompleks dalam merancang dan menghasilkan konten visual. Kru panggung bekerjasama mempersiapkan lokasi, pencahayaan, tata rias, kostum yang sesuai dengan citra yang ingin di tampilkan. Kru panggung mempertimbangkan setiap detail visual mulai dari warna pakaian, latar belakang, hingga ekspresi saat video dan foto di ambil. Tidak hanya membuat konten, tetapi juga merancang narasi visual yang dapat memangun citra positif dan memngkomunikasikan visi serta misi aktor politik di media sosial. Dalam kerangka teori dramaturgi, proses produksi konten media sosial setiap momen direncanakan untuk menciptakan kesan yang di inginkan oleh aktor politik.

Selain itu panggung belakang yang di ciptakan sendiri oleh aktor politik tanpa harus di setting oleh tim. Aktor politik membentuk Citra sebagai sosok yang peduli terhadap keluarga dan masyarakat. Kombinasi antara ketegasan dan kepedulian membentuk “kostum” dramaturgi yang kompleks. Gaya penyampaian atau Manner yang di perlihatkan seperti kemauan yang keras, tegas, tidak suka bertele-tele, langsung *to do point* maka dapat di analisis dengan teori dramaturgi bahwa gaya penyampaian yang tegas menciptakkn kesan pemimpin yang kuat, perhatian terhadap detail (misalnya menanyakan makan, hafalan Quran ke anak) menunjukkan kepedulianyang mendalam.

Kombinasi ketegasan dan kepedulian membentuk “pertunjukkan” yang kompleks dan multidimensi. Ditambah dengan program - program sosial dan Kesehatan yang di jalankan membuat strategi untuk membangun citra sebagai pemimpin yang pro-rakyat. Sehingga dapat dilihat bahwa integral peran yaitu adanya integrasi yang kuat antara peran publik(pemimpin) dan pribadi (anggota Keluarga), menunjukkan internalisasi peran yang mendalam, Manajemen kesan yang dibangun terlihat dari ketegasan namun peduli rakyat. Mampu menyesuaikan “pertunjukkan” sesuai dengan audiens(keluarga dan masyarakat umum).

**Kesan atau *impression management*** dalam Konten yang di upload mencoba untuk memberikan kesan sebagai pemimpin yang berwibawa, pemimpin yang merakyat dengan terlibat langsung berinteraksi dengan masyarakat, merespon pertanyaan, mampu membangun hubungan yang lebih dekat sehingga berdampak memperkuat dukungan publik terhadap diri sang aktor. Konten yang ditampilkan lebih kepada kegiatan sehari-hari tanpa melihat isu atau yang sedang *up to date*, tujuannya untuk menunjukkan sisi positif seperti keberhasilan, prestasi atau momen-momen inspiratif. Selain itu konten yang ditonjolkan lebih kepada keterlibatan sosial dengan menyoroti kegiatan sosial dan kemanusiaan untuk menunjukkan empati dan komitmen terhadap kesejahteraan masyarakat. Menurut Goffman bahwa konten yang dipilih secara selektif membentuk narasi tertentu tentang aktor politik sebagai pemimpin , menciptakan “realitas” yang diinginkan untuk di konsumsi publik.

Presentasi diri aktor politik di panggung belakang (back stage) dapat dianalisis bahwa aktor politik kedua membentuk *impression management* yang sangat efektif. Aktor politik kedua membangun citra sebagai figur yang multidimensi, suami yang baik, ayah yang pengertian, anak yang berbakti, pemimpin yang peduli. Sehingga pada hasil penelitian menunjukkan bahwa aktor politik menjalankan kompleksitas peran (*Role Complexity*).



Menjalankan beberapaperan sebagai suami, sebagai anak, sebagai ayah, sebagai pemimpin. Kesan yang dibangun sangat konsisten. “panggung” kehidupan rumah tangga, keluarga besar, tempat kerja dan masyarakat. Konsistensi ini memperkuat kesan positif yang ingindi tampilkan.

**E. Proposisi :**

1. Aktor politik menggunakan platform Media Sosial sebagai panggung depan digital untuk mengelola dan mengontrol kesan publik secara strategi sesuai dengan norma social yang berlaku.
2. Terdapat 2 panggung depan (*front stage*) aktor politik yaitu pada saat panggung depan di *real life* yang di *setting* secara sendiri oleh aktor politik dan panggung depan di media sosial membutuhkan tim atau ”kru panggung” untuk mengelola kesan yang di kehendaki oleh aktor politik.
3. Perluasan wilayah presentasi diri aktor politik dari *public sphere* yang kemudian di perkuat melalui *virtual sphere* adalah upaya untuk lebih memperkuat manajemen kesan citra diri aktor politik secara berkelanjutan dengan tanpa batas ruang dan waktu.

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI TEORI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan teori Dramaturgi Goffman sebagai pisau analisis dalam melihat presentasi diri aktor politik di panggung depan (front stage) di Media Sosial, presentasi diri aktor politik di panggung depan (Front stage) di *real life* dan presentasi diri aktor politik di panggung belakang (back stage). Beberapa kesimpulan dari hasil penelitian yaitu:

1. Presentasi diri aktor politik di panggung depan (front stage) *real life*, membentuk *Impression management* dari aktor politik yang sangat terampil dalam mengelola kesan. Menggunakan berbagai elemen penampilan (*Performance*), setting, dan interaksi untuk menimbulkan kesan (*impression manajemen*) sebagai pemimpin yang sesuai dengan narasi yang diinginkan oleh aktor politik.
2. Presentasi diri aktor politik di panggung depan (front stage) di Media Sosial dalam politik kontemporer adalah upaya kolektif yang terorganisir, bukan hanya ekspresi spontan dari aktor politik melainkan penggunaan tim sebagai “kru panggung”. Media Sosial telah menciptakan “panggung “ barudengan karakteristik unik : Kontrol lebih besar atas narasi (melalui pemilihan konten selektif), Interaksi langsung dengan audiens (melalui respon terhadap komentar), Kemampuan untuk menyebarkan pesan secara luas dan cepat. Pemilihan Konten yang sesuai dengan narasi yang diinginkan menunjukkan kontrol aktor politik yang ketat atas “pertunjukkan”.
3. Presentasi diri aktor politik di panggung belakang (*back stage*), semua simbol yang di gunakan di panggung depan tidak di gunakan di panggung belakang serta audiens yang berada di panggung belakang tidak ada kaitannya dengan politik.

Selanjutnya temuan khusus penelitian terkait presentasi diri aktor politik di media sosial sebagai berikut :

1. Terdapat “kru panggung” dalam membuat kesan (*impression management*) dari aktor politik. Kru atau tim panggung mentransformasikan ide dan gagasan yang di miliki oleh aktor politik ke dalam media sosial.
2. Adanya pergeseran *public sphere* ke *virtual sphere*. Keterbatasan interaksi pada waktu dan ruang secara fisik di *public sphere*, aktor politik memperluas pada *virtual sphere* yang dapat di akses kapanpun dan dimanapun tanpa terbatas ruang dan waktu.
3. Terdapat dua panggung depan (*front stage*) yaitu di media sosial dan real life.

## **B. Implikasi Teori**

1. Perluasan konsep panggung depan (*front stage*): Teori dramaturgi Erving Goffman awalnya membagi interaksi sosial menjadi panggung depan dan panggung belakang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep panggung depan telah berkembang dan meluas. Terdapat dua jenis panggung depan: di media sosial dan di kehidupan nyata. Implikasi teoritisnya adalah perlunya memperluas pemahaman tentang "panggung" dalam teori dramaturgi untuk mencakup ruang virtual.
2. Kompleksitas manajemen kesan: Dengan adanya dua panggung depan, aktor politik harus mengelola kesan di dua ranah yang berbeda secara simultan. Ini menambah kompleksitas dalam proses presentasi diri dan manajemen kesan. Implikasi teoritisnya adalah perlunya pengembangan model yang lebih canggih untuk memahami bagaimana individu mengelola berbagai "diri" di berbagai platform.
3. Peran "kru panggung" dalam presentasi diri digital: Penelitian ini mengungkapkan peran penting "kru panggung" dalam mentransformasikan ide aktor politik ke media sosial. Ini menambahkan dimensi baru pada teori dramaturgi, di mana presentasi diri tidak lagi

sepenuhnya individual, tetapi melibatkan tim. Implikasi teoritisnya adalah perlunya memasukkan konsep "manajemen tim" ke dalam presentasi diri di era digital.

4. Pergeseran ruang interaksi: Hasil penelitian menunjukkan pergeseran interaksi dari ruang publik tradisional (*public sphere*) ke ruang virtual (*virtual sphere*). implikasi teoritis yang signifikan untuk pemahaman tentang ruang publik dan bagaimana wacana politik terbentuk di era digital.

### C. Saran

1. Aktor politik perlu membuat konten yang lebih beragam, tidak hanya seputar aktivitas politik tetapi juga menampilkan sisi personal yang lebih dekat dengan masyarakat
2. Disarankan untuk lebih aktif berinteraksi dengan *followers* melalui fitur komentar, direct message, atau stories untuk membangun kedekatan
3. Perlu merespon komentar atau kritik secara proporsional dan profesional untuk menunjukkan keterbukaan terhadap aspirasi publik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. PT RajaGrafindo Persada.
- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. PT RajaGrafindo Persada.
- Alayya, J. (2022). Literature Review on Political Communication Practices in the Digital Age. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, Volume 5, : 23546-23555.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6369>
- Aminah, S. (2006). Politik Media, Demokrasi Dan Media Politik. *Jurnal Universitas Airlangga*, 19(3), 35–46.
- Ari Rohmawati<sup>1</sup>, Meiwatizal Trihastuti<sup>2</sup>, Anis Suryaningsih<sup>3</sup>, H. I. (2021). Potrait of Social Interaction among the Vilagers in the Perspective of George Herbet Mead’s Symbolic Interactionism Theory. *IJoASER (International Journal on Advanced Science, Education, and Religion)*, 4.  
<https://doi.org/IJoASER> (International Journal on Advanced Science, Education, and Religion), 4(1).41-49 <https://doi.org/10.33648/ijoaser.v4i1.94>
- Astuti, Y. D. (2015). DARI SIMULASI REALITAS SOSIAL HINGGA HIPER-REALITAS VISUAL: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media di Cyberspace. *Profetik*, 8(2), 15–26.
- Bahri, S., & Sosial, M. (2021). Literasi Digital Menangkal Hoaks Covid-19 Di Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi* /, 10(1), 16–28.  
<https://amp.kompas.com/nasional/read/2020/10/02/1>
- Bronstein, J., Aharony, N., & Bar-Ilan, J. (2018). Politicians’ use of Facebook during elections. *Aslib Journal of Information Management*, 70(5), 551–572.  
<https://doi.org/10.1108/AJIM-03-2018-0067>
- Carmona, M. (2021). Public places urban spaces: The dimensions of urban design. *Public Places Urban Spaces: The Dimensions of Urban Design*, 1–672.  
<https://doi.org/10.4324/9781315158457>
- Christanti, M. F., Mardani, P. B., Cahyani, I. P., Yoga, W., Sciences, P.,

- Pembangunan, U., & Veteran, N. (2021). *International Journal of Social “Instagramable” : Simulation , Simulacra an D.*
- Creswell, J. W. (2013). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset Memilih Diantara Lima Pendekatan* (3 (ed.)). Pustaka Pelajar.
- Damayanti, N. L., & Hidayat, M. A. (2019). Hiperreality Of Social Media: A Phenomenology Study of Self Confession of Housewives of Facebook Users. *The Journal of Society and Media*, 3(2), 261. <https://doi.org/10.26740/jsm.v3n2.p261-277>
- Dhara, K., Hutomo, K., Brigitta, L., & Arzella, N. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Kampanye Politik pada Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 193. <https://doi.org/10.37535/103001220206>
- Enli, G. S., & Skogerbø, E. (2013). PERSONALIZED CAMPAIGNS IN PARTY-CENTRED POLITICS: Twitter and Facebook as arenas for political communication. *Information Communication and Society*, 16(5), 757–774. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.782330>
- Fadil Nurmansyah. (2021). Hiperrealitas pada Media Sosial Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.55623/ad.v2i2.79>
- Goffman. (1959). The Presentation of Everyday Life. *Urban Life*, 15(1), 103–121. <https://doi.org/10.1177/0098303986015001004>
- Holtz-Bacha, C. (2022). Strategic Political Authenticity: How Populists Construct an Authentic Image. In M. Heřmanová, M. Skey, & T. Thurnell-Read (Eds.), *Cultures of Authenticity* (pp. 273–285). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-80117-936-220221021>
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (1996). *sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri. Selain itu.* 10–51.
- Karatzogianni, A., & Veneti, A. (2020). Introduction to Digital Media in Greece: Journalism and Political Communication in Times of Crisis. In A. Veneti & A. Karatzogianni (Eds.), *The Emerald Handbook of Digital Media in Greece* (pp. 1–11). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83982-400-520201009>

- Kurniawati, F. (2022). Representation of Political Actor's Identity in Social Media (Analysis on Instagram accounts of Anies Baswedan, Ridwan Kamil and Ganjar Pranowo). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(2), 669–678.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v9i2.3460>
- Luckita, E., Purnama, D. H., & Varbi, V. (2019). Presentasi Diri Vlogger melalui Video Blog Youtube (Studi pada Anggota Komunitas Youtuber Palembang). *Jurnal Empirika*, 4(2), 138–151. <https://doi.org/10.47753/je.v4i2.79>
- Martini, Irawaty, & Lubis, and E. (2019). Student First-Time Voters' Perception in Jakarta Toward Election System in Indonesia: Through Their Participation in Election. *IC-HEDS 2019 International Conference on Humanities, Education, and Social Sciences Volume 2020, 2020*.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3* (Terjemahan & T. R. Rohidi (eds.); 3rd ed.). UI- Press.
- Muhammad, N., & Aminudin, A. (2016). *Peran Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Politik (Studi Deskriptif Anggota DPR RI Pada Akun @SartonoHutomo)*. 5(April 2016), 28–37.
- Novi Indah Sari. (2020). Politik Simulacra dalam Ekstasi Media Sosial di Indonesia. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya*, 1(1), 40–51.  
<https://doi.org/10.55623/ad.v1i1.21>
- Nur Wardhani, P. S. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum. *Jupiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 57.  
<https://doi.org/10.24114/jupiis.v10i1.8407>
- Peristiwati, M. (2015). Hiperealitas Online Shop Dan Tindakan Konsumtif Melalui Jejaring Sosial Online. *Jurnal Mahasiswa Sosiologi*, 1(5), 1–22.  
 Maria.peristiwati@gmail.com
- Politik, I., Mulawarman, U., Psi, S., Psi, M., Pembimbing, D., Program, I. I., & Komunikasi, I. (2019). *MEDIA SOSIAL INSTAGRAM ( Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan*. 7(4), 167–178.
- Pradhana, G. A., & Tania, S. (2021). Hyperreality of #blacklivesmatter movement on social media. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*,

- 37(3), 288–303. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3703-17>
- Rehan Tariq, I. A. Z. \* and M. A. (2022). Political Participation of Young Voters: Tracing Direct and Indirect Effects of Social Media and Political Orientations. *Social Sciences*. <https://doi.org/10.3390/socsci11020081>
- Rizki Putra, T., & Nurcholis, A. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi pada Mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal PolGov*, 2(1), 193–222. <https://doi.org/10.22146/polgov.v2i1.1372>
- Robin, P. (2020). Praktik Media Sosial Perangi Media Konvensional (Tinjauan Komunikasi Politik Pilpres Indonesia 2019). *Public Corner*, 15(1), 1–17. <https://doi.org/10.24929/fisip.v15i1.1037>
- Sufyanto. (2013). The Dramaturgy of Political Advertisement in General Election in East Java Indonesia. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(20). [https://www.ijhssnet.com/journals/Vol\\_3\\_No\\_20\\_December\\_2013/25.pdf](https://www.ijhssnet.com/journals/Vol_3_No_20_December_2013/25.pdf)
- Syahputra, I. (2017). Demokrasi Virtual Dan Perang Siber Di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 457. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.141>
- Tendi, T. (2021). Sosiologi Digital: Suatu Paradigma Baru Dalam Kajian Ilmu Sosial. *Sosio-Didaktika: Social Science Education Journal*, 3(2), 135–146. <https://doi.org/10.15408/sd.v3i2.5055>
- Trisiani, D. (2017). Dosen Jurusan Politik dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang. 94. *Jurnal Politik Dan Kewarganegaraan*, 396(2), 94–104.
- Turistiati, A. T. (2018). Fenomena Black Campaign Dalam Pemilihan Kepala Daerah 2015. *Transparansi Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 8(2), 208–215. <https://doi.org/10.31334/trans.v8i2.72>
- Wahyudi, H. (2016). THE POLITICS OF INNOVATIVE SELF PRESENTATION: THE CASE STUDY OF DRAMATURGICAL POLITICAL MARKETING IN EAST JAVA, INDONESIA. *International Journal of Advanced Research (2016), Volume 4, Issue 5, 234-244, 4(5)*,



234–244.

Zubaidi, A., Jauhary, M. W., & Lestari, L. (2020). Peran Media Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Politik: Studi pada Tirto.id di Yogyakarta. *Jurnal Kawistara*, 10(1), 77. <https://doi.org/10.22146/kawistara.41407>

Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. PT RajaGrafindo Persada.

Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. PT RajaGrafindo Persada.

Alayya, J. (2022). Literature Review on Political Communication Practices in the Digital Age. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, Volume 5, : 23546-23555. <https://doi.org/https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6369>

Aminah, S. (2006). Politik Media, Demokrasi Dan Media Politik. *Jurnal Universitas Airlangga*, 19(3), 35–46.

Ari Rohmawati<sup>1</sup>, Meiwatizal Trihastuti<sup>2</sup>, Anis Suryaningsih<sup>3</sup>, H. I. (2021). Potrait of Social Interaction among the Vilagers in the Perspective of George Herbet Mead's Symbolic Interactionism Theory. *IJoASER (International Journal on Advanced Science, Education, and Religion)*, 4. [https://doi.org/IJoASER \(International Journal on Advanced Science, Education, and Religion\), 4\(1\).41-49](https://doi.org/IJoASER (International Journal on Advanced Science, Education, and Religion), 4(1).41-49) <https://doi.org/10.33648/ijoaser.v4i1.94>

Astuti, Y. D. (2015). DARI SIMULASI REALITAS SOSIAL HINGGA HIPER-REALITAS VISUAL: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media di Cyberspace. *Profetik*, 8(2), 15–26.

Bahri, S., & Sosial, M. (2021). Literasi Digital Menangkal Hoaks Covid-19 Di Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi* /, 10(1), 16–28. <https://amp.kompas.com/nasional/read/2020/10/02/1>

Bronstein, J., Aharony, N., & Bar-Ilan, J. (2018). Politicians' use of Facebook during elections. *Aslib Journal of Information Management*, 70(5), 551–572.

<https://doi.org/10.1108/AJIM-03-2018-0067>

Carmona, M. (2021). Public places urban spaces: The dimensions of urban design. *Public Places Urban Spaces: The Dimensions of Urban Design*, 1–672.

<https://doi.org/10.4324/9781315158457>

Christanti, M. F., Mardani, P. B., Cahyani, I. P., Yoga, W., Sciences, P., Pembangunan, U., & Veteran, N. (2021). *International Journal of Social “Instagramable” : Simulation , Simulacra an D.*

Creswell, J. W. (2013). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset Memilih Diantara Lima Pendekatan* (3 (ed.)). Pustaka Pelajar.

Damayanti, N. L., & Hidayat, M. A. (2019). Hiperreality Of Social Media: A Phenomenology Study of Self Confession of Housewives of Facebook Users. *The Journal of Society and Media*, 3(2), 261.

<https://doi.org/10.26740/jsm.v3n2.p261-277>

Dhara, K., Hutomo, K., Brigitta, L., & Arzella, N. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Kampanye Politik pada Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta 2017. *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(2), 193. <https://doi.org/10.37535/103001220206>

Enli, G. S., & Skogerbø, E. (2013). PERSONALIZED CAMPAIGNS IN PARTY-CENTRED POLITICS: Twitter and Facebook as arenas for political communication. *Information Communication and Society*, 16(5), 757–774. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.782330>

Fadil Nurmansyah. (2021). Hiperrealitas pada Media Sosial Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.55623/ad.v2i2.79>

Goffman. (1959). The Presentation of Everyday Life. *Urban Life*, 15(1), 103–121. <https://doi.org/10.1177/0098303986015001004>

Holtz-Bacha, C. (2022). Strategic Political Authenticity: How Populists Construct an Authentic Image. In M. Heřmanová, M. Skey, & T. Thurnell-Read (Eds.), *Cultures of Authenticity* (pp. 273–285). Emerald Publishing Limited.

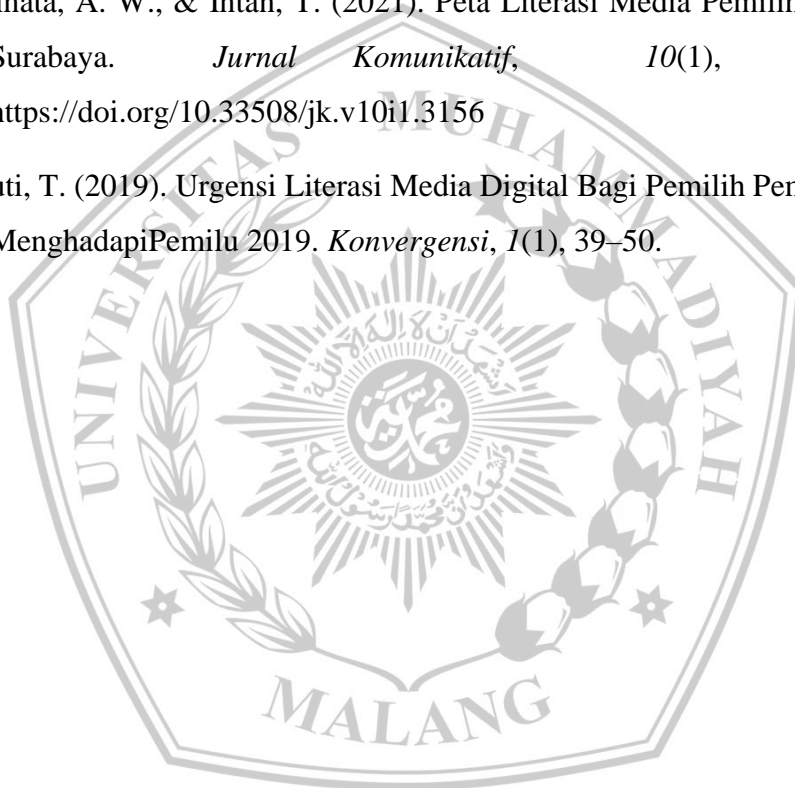
<https://doi.org/10.1108/978-1-80117-936-220221021>

- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (1996). *sehingga dapat menyebar luaskan konten mereka sendiri. Selain itu.* 10–51.
- Karatzogianni, A., & Veneti, A. (2020). Introduction to Digital Media in Greece: Journalism and Political Communication in Times of Crisis. In A. Veneti & A. Karatzogianni (Eds.), *The Emerald Handbook of Digital Media in Greece* (pp. 1–11). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83982-400-520201009>
- Kurniawati, F. (2022). Representation of Political Actor's Identity in Social Media (Analysis on Instagram accounts of Anies Baswedan, Ridwan Kamil and Ganjar Pranowo). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(2), 669–678. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v9i2.3460>
- Luckita, E., Purnama, D. H., & Varbi, V. (2019). Presentasi Diri Vlogger melalui Video Blog Youtube (Studi pada Anggota Komunitas Youtuber Palembang). *Jurnal Empirika*, 4(2), 138–151. <https://doi.org/10.47753/je.v4i2.79>
- Martini, Irawaty, & Lubis, and E. (2019). Student First-Time Voters' Perception in Jakarta Toward Election System in Indonesia: Through Their Participation in Election. *IC-HEDS 2019 International Conference on Humanities, Education, and Social Sciences Volume 2020*, 2020.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3* (Terjemahan & T. R. Rohidi (eds.); 3rd ed.). UI- Press.
- Muhammad, N., & Aminudin, A. (2016). *Peran Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Politik (Studi Deskriptif Anggota DPR RI Pada Akun @Sartono hutomo)*. 5(April 2016), 28–37.
- Novi Indah Sari. (2020). Politik Simulacra dalam Ekstasi Media Sosial di Indonesia. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya*, 1(1), 40–51. <https://doi.org/10.55623/ad.v1i1.21>
- Nur Wardhani, P. S. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula dalam Pemilihan Umum. *Jupii: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 57. <https://doi.org/10.24114/jupii.v10i1.8407>

- Peristiwati, M. (2015). Hiperealitas Online Shop Dan Tindakan Konsumtif Melalui Jejaring Sosial Online. *Jurnal Mahasiswa Sosiologi*, 1(5), 1–22.  
Maria.peristiwati@gmail.com
- Politik, I., Mulawarman, U., Psi, S., Psi, M., Pembimbing, D., Program, I. I., & Komunikasi, I. (2019). *MEDIA SOSIAL INSTAGRAM ( Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan*. 7(4), 167–178.
- Pradhana, G. A., & Tania, S. (2021). Hyperreality of #blacklivesmatter movement on social media. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(3), 288–303. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2021-3703-17>
- Rehan Tariq, I. A. Z. \* and M. A. (2022). Political Participation of Young Voters: Tracing Direct and Indirect Effects of Social Media and Political Orientations. *Social Sciences*. <https://doi.org/10.3390/socsci11020081>
- Rizki Putra, T., & Nurcholis, A. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi pada Mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal PolGov*, 2(1), 193–222.  
<https://doi.org/10.22146/polgov.v2i1.1372>
- Robin, P. (2020). Praktik Media Sosial Perangi Media Konvensional (Tinjauan Komunikasi Politik Pilpres Indonesia 2019). *Public Corner*, 15(1), 1–17.  
<https://doi.org/10.24929/fisip.v15i1.1037>
- Sufyanto. (2013). The Dramaturgy of Political Advertisement in General Election in East Java Indonesia. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(20).  
[https://www.ijhssnet.com/journals/Vol\\_3\\_No\\_20\\_December\\_2013/25.pdf](https://www.ijhssnet.com/journals/Vol_3_No_20_December_2013/25.pdf)
- Syahputra, I. (2017). Demokrasi Virtual Dan Perang Siber Di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 457.  
<https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.141>
- Tendi, T. (2021). Sosiologi Digital: Suatu Paradigma Baru Dalam Kajian Ilmu Sosial. *Sosio-Didaktika: Social Science Education Journal*, 3(2), 135–146.  
<https://doi.org/10.15408/sd.v3i2.5055>
- Trisiani, D. (2017). Dosen Jurusan Politik dan Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu

- Sosial Universitas Negeri Semarang. 94. *Jurnal Politik Dan Kewarganegaraan*, 396(2), 94–104.
- Turistiati, A. T. (2018). Fenomena Black Campaign Dalam Pemilihan Kepala Daerah 2015. *Transparansi Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 8(2), 208–215. <https://doi.org/10.31334/trans.v8i2.72>
- Wahyudi, H. (2016). THE POLITICS OF INNOVATIVE SELF PRESENTATION: THE CASE STUDY OF DRAMATURGICAL POLITICAL MARKETING IN EAST JAVA, INDONESIA. *International Journal of Advanced Research (2016), Volume 4, Issue 5, 234-244*, 4(5), 234–244.
- Zubaidi, A., Jauhary, M. W., & Lestari, L. (2020). Peran Media Digital dalam Meningkatkan Partisipasi Politik: Studi pada Tirto.id di Yogyakarta. *Jurnal Kawistara*, 10(1), 77. <https://doi.org/10.22146/kawistara.41407>
- Hidayat, D. R., Basith, A. A., & Faqih, M. Z. Al. (2019). Literasi Media Sosial Untuk Pemilih Pemula . *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* ISSN 1410-5610. 2(9) Tahun 2018. *Hoax ( Synonyms: Paractical Joke, Joke, Jest, Prank, Trick )*.
- Katarudin, H., & Putri, N. E. (2020). Pengaruh Literasi Politik Terhadap Partisipasi Politik Pemilih Pemula Pada Pemilu Kota Pariaman Tahun 2018. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 2(2), 70–79. <https://doi.org/10.24036/jmiap.v2i2.136>
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosyda Karya, 1997), cet. 8, h. 30
- Putra, A., & Makassar, U. C. (2020). *Analisis Strategi Komunikasi Pihak Politik Dalam Analisis of Political Party ' S Communication Strategy in Increasing Beginner Voter ' S Political Participation*. III(Ii), 122–143.
- Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, B. I. (2018). Peran Media Sosial Dalam PeningkatanPartisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora*, 20(2), 154–161. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v20i2.13965>

- Rizki Putra, T., & Nurcholis, A. (2021). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Pemilih Pemula pada Pemilihan Presiden 2019: Studi pada Mahasiswa FISIPOL UGM. *Jurnal PolGov*, 2(1), 193–222. <https://doi.org/10.22146/polgov.v2i1.1372>
- Sagita, D., Praceka, P. A., & Witantra, A. P. (2019). Literasi Informasi Media Oleh Pemilih Pemula Terkait Isu Kecurangan Pada Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden 2019. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 10(1), 36–49. <https://doi.org/10.31506/jrk.v10i1.6014>
- Setyarinata, A. W., & Intan, T. (2021). Peta Literasi Media Pemilih Pemula di Surabaya. *Jurnal Komunikatif*, 10(1), 102–115. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i1.3156>
- Wahyuti, T. (2019). Urgensi Literasi Media Digital Bagi Pemilih Pemula Dalam Menghadapi Pemilu 2019. *Konvergensi*, 1(1), 39–50.



# LAMPIRAN



**Gambar 1. Subjek HH Melakukan Kunjungan dan berada di Gedung Merah Putih**



Sumber : Penelitian 2023

**Gambar 2. Subjek RM Melakukan Kunjungan**



Sumber : Penelitian

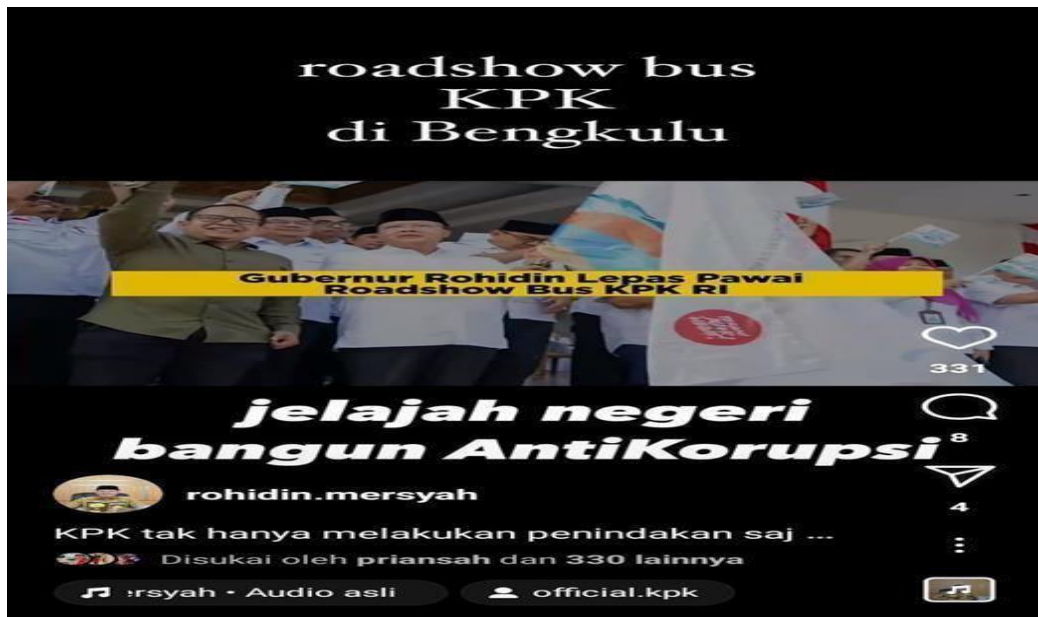


**Gambar 3 Subjek RM Kunjungan Kerja Ke Rumah Warga Untuk Melihat Pemasangan Listrik Gratis.**



Sumber : Akun Instagram @rohidin.mersyah

Gambar 4. Subjek RM melepas roadshow bus KPK di Bengkulu.



Sumber : AKun Instagram @rohidin.mersyah



Gambar 5. Media Sosial Rohidin Mersyah



Sumber : Data Instagram @Rohidin.Mersyah, 2023



Gambar 6. Media Sosial Helmi Hasan



Sumber : Akun tiktok @helmihasanofficial, 2023

Gambar Peneliti Bersama Ibu Derta Rohidin



Sumber Penelitian

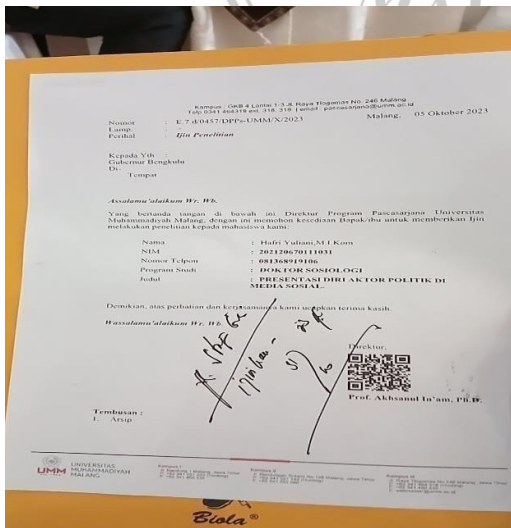


## Gambar Peneliti Bersama Subjek Rohidin Mersya (RM)



Sumber : Penelitian

Gambar izin penelitian yang di ttd langsung oleh Bapak RM



## Lampiran 1

### Panduan Wawancara

#### Panduan Wawancara untuk Subjek HH dan RM

##### Informasi Demografis :

1. Nama :
2. Usia :
3. Pendidikan :
4. Pekerjaan :

##### Presentasi diri aktor di dunia nyata (real life)

##### A. Penampilan

1. Bagaimana Anda memilih pakaian untuk acara-acara publik yang berbeda?
2. Seberapa penting gaya rambut dan penampilan fisik lainnya dalam membentuk citra Anda?
3. Sejauh mana tim Anda terlibat dalam keputusan tentang penampilan Anda?

##### B. Setting atau Panggung

1. Bagaimana Anda memilih lokasi untuk acara-acara publik?
2. Seberapa penting tata letak dan dekorasi ruangan dalam acara yang Anda hadiri?

##### C. Pengelolaan Kesan

1. Strategi apa yang Anda gunakan untuk mengelola kesan positif selama interaksi publik?
2. Bagaimana Anda dalam pengelolaan kesan?

#### D. Interaksi dengan Audiens

1. Bagaimana Anda menyesuaikan gaya komunikasi Anda dengan audiens yang berbeda?
2. Teknik apa yang Anda gunakan untuk membangun hubungan dengan audiens selama interaksi langsung?

#### Panduan untuk Pertanyaan Informan

##### A. Penampilan

1. Bagaimana Anda melihat dari pakaian untuk acara-acara publik yang di gunakan oleh aktor politik?
2. Bagaimana gaya rambut dan penampilan fisik lainnya dalam membentuk citra aktor politik ?
3. Apakah aktor politik memiliki "signature look" atau ciri khas dalam penampilan?

##### B. Setting atau Panggung

1. Seberapa penting yang anda ketahui tentang tata letak dan dekorasi ruangan dalam acara yang aktor politik hadiri?

##### C. Pengelolaan Kesan

1. Sejauh mana yang Anda tau Ketika aktor politik "memerankan karakter" dalam interaksi publik?

##### D. Interaksi dengan Audiens

1. Bagaimana anda melihat gaya komunikasi RM/HH?



## Lampiran 2

### Presentasi diri aktor politik di Media sosial (RM/HH)

#### Penampilan

1. Bagaimana tim Anda membantu dalam pemilihan pakaian dan aksesoris untuk aktor politik?
2. Apakah ada strategi khusus dalam mengelola penampilan aktor politik untuk acara-acara tertentu?
3. Bagaimana Anda memastikan konsistensi citra visual aktor politik dari waktu ke waktu?

#### C. Setting atau Panggung

1. Bagaimana Anda mengelola elemen visual dan simbolik dalam setting?

#### D. Pengelolaan Kesan

1. Bagaimana tim Anda membantu aktor politik dalam mempersiapkan pesan?
2. Apa strategi yang digunakan untuk mengelola kesan positif selama interaksi publik?
3. Sejauh mana tim Anda terlibat dalam presentasi di media sosial?

#### Pertanyaan untuk Informan

#### Penampilan

1. Apakah ada strategi khusus dalam mengelola penampilan aktor politik untuk acara-acara tertentu?
2. Bagaimana Anda memastikan konsistensi citra visual aktor politik dari waktu ke waktu?

#### C. Setting atau Panggung

1. Bagaimana Anda mengelola elemen visual dan simbolik dalam setting?

#### D. Pengelolaan Kesan

1. Bagaimana Anda melihat kesan yang di tampilkan oleh aktor politik ?

#### E. Interaksi dengan Audiens

1. Apa peran Anda dalam mempersiapkan aktor politik untuk sesi tanya jawab atau interaksi langsung dengan publik?
2. Bagaimana interaksi aktor politik dengan audiens Ketika video dan foto telah di upload?

#### Presentasi diri aktor politik di panggung belakang (*Back stage*)

1. Bagaimana menurut anda tentang penampilan aktor politik di panggung belakang ?
2. Seperti apa peran aktor politik di panggung belakang Ketika menjadi seorang kepala keluarga?
3. Bagaiaman perlakuan aktor politik kepada karyawan dan keluarga di panggung belakang ?
4. Seperti apa kesan yang di timbulkan dari interaksi yang terbangun di panggung belakang ?
5. Simbol-simbol apa saja yang di gunakan aktor politik serta adakah symbol yang tetap di gunakan seperti untuk dipanggung depan tetap di gunakan di panggung belakang ?