

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Impression management dibangun oleh Eri Cahyadi dengan memanfaatkan Instagram sebagai panggung untuk mempresentasikan diri di hadapan publik yang merupakan sebuah langkah yang tepat sebagai upaya untuk mempengaruhi dan mengontrol persepsi orang lain. Bagi seorang pejabat publik demi tercapainya tujuan politik di masa depan diantaranya yaitu dengan merawat ketokohan yang telah melekat pada diri komunikator politik dan memantapkan kelembagaan politiknya. Saat komunikasi politik sedang berlangsung, yang akan memberikan pengaruh bukan hanya pesan politik saja, melainkan yang paling utama adalah siapa tokoh politik (politikus) yang telah menyampaikan pesan politik, dengan demikian ketokohan bagi seorang pejabat publik adalah faktor yang sangat penting dalam proses komunikasi politik.

Ketokohan dari pejabat publik serta kemantapan dari lembaga politiknya dalam masyarakat memberikan pengaruh tersendiri dalam proses komunikasi politik. Dengan kata lain, ketokohan dari seorang komunikator politik serta lembaga politik yang mendukungnya adalah faktor terbesar dalam menentukan berhasil atau tidaknya komunikasi politik untuk mencapai tujuan dan sasaran. Ketokohan yang mencakup kredibilitas, kekuasaan, keahlian serta memiliki daya tarik tersendiri di hadapan masyarakat sangat penting untuk dibangun serta dijaga agar dihormati dan disegani oleh masyarakat dan menjadi faktor terbesar dalam

menentukan berhasil atau tidaknya komunikasi politik untuk mencapai tujuan dan sasaran. Dalam hal ini Instagram turut berperan dalam memunculkan dan menciptakan ketokohan pejabat publik yaitu melalui *impression management* yang dibangun Eri Cahyadi dalam akun Instagram @ericahyadi_.

Instagram juga dijadikan sebagai media komunikasi politik dan sebagai sarana untuk melakukan strategi komunikasi politik dengan menciptakan dan merawat ketokohan, melalui lima kategorisasi yang ditemukan oleh peneliti yakni Eri mengelola kesan dengan mempresentasikan diri yang dilakukan melalui Pemberdayaan UMKM, kepemimpinan kolaboratif, peduli dan harmoni, terjun lapangan dan menunjukkan dirinya sebagai pemimpin yang berhasil membina organisasi terkecil dengan terciptanya keharmonisan keluarga. Momentum pandemi Covid-19 yang menjadi fokus dan perhatian publik saat itu khususnya di Surabaya juga dimanfaatkan untuk tampil menjadi pemimpin yang baik dan menjawab kebutuhan masyarakat terlihat dalam sebgayaan besar unggahan yang tidak jauh dari segala hal yang berhubungan dengan pandemi Covid -19.

Presentasi diri yang dilakukan oleh Eri Cahyadi tersebut dilakukan melalui unggahan atau konten yang berkaitan dengan bagaimana dirinya berusaha untuk terus mengusahakan kesejahteraan masyarakat terlebih dalam hal pemulihan perekonomian di masa pandemi Covid-19 serta tampil sebagai pemimpin yang melahirkan karakter kepemimpinan yang baru dengan sinergitas dan kolaborasi dengan berbagai pihak yang terlihat dalam unggahan yang tidak hanya satu atau dua kali saja melainkan di sebagian besar unggahan pada periode yang telah ditentukan peneliti yaitu pada 100 hari kerja. Hal tersebut dilakukan untuk salah

satunya untuk membentuk atau memperoleh kesan baik yang tercipta dari publik yang pada akhirnya dapat dimanfaatkan untuk memperoleh kepercayaan publik atau kredibilitas atas kepemimpinan yang telah ditunjukkan oleh Eri Cahyadi sebagai Wali Kota Surabaya. Hal tersebut yang dapat diibaratkan sebagai sebuah panggung dalam pertunjukan yang diperankan Eri Cahyadi melalui akun Instagramnya.

Kepemimpinan kolaboratif juga ditunjukkan melalui kolaborasi dan sinergitas Eri dengan berbagai pihak yang ditemukan pada sebagian besar unggahan dalam masa 100 hari kepemimpinan yang dapat menjadi sinyal model kepemimpinan kolaboratif, dimana ia membuka ruang selebar-lebarnya bagi semua untuk dapat terlibat dalam memimpin kota Surabaya asal semua tujuan yang dilakukan demi kesejahteraan rakyat. Hal tersebut pula yang menjadi perbedaan karakter dengan kepemimpinan sebelumnya yaitu Tri Rismaharini yang ditonjolkan sehingga menghilangkan sosok Tri Rismaharini dengan segala kontroversinya yang menjadi magnet perhatian. Eri Cahyadi lebih luwes bahkan tidak segan untuk bersinergi bahkan dengan partai yang menjadi rivalnya dalam pilkada 2020 sehingga dapat mengubah wajah sejarah yang sebelumnya kaku dan menunjukkan bahwa setiap pemimpin pasti melahirkan model kepemimpinan yang baru yang tidak bisa disamakan satu dengan yang lainnya hal yang sama pula bagi Eri Cahyadi yang tampil membawa warna sendiri pada model kepemimpinan yang sesuai dengan zamannya terlihat dalam kepemimpinan Eri Cahyadi yang berbeda dengan karakter kepemimpinan Risma yang emosional dan terkesan lebih kaku dalam hal kolaborasi dengan partai politik, Eri Cahyadi tampil dengan terus

meningkatkan inovasi dan pembaruan mengubah wajah sejarah yang sebelumnya terlihat kaku dengan kolaborasi dan singleritasnya dengan partai politik dan berbagai lembaga, eksekutif, legislatif dan seluruh elemen masyarakat . Inovasi dan kreasi yang baru juga akan terus diciptakan dan dikembangkan dengan tantangan zaman yang juga berbeda. Bagi Eri, kesempurnaan dalam memimpin dapat terjadi apabila adanya kesinambungan sesama untuk membangun Surabaya menjadi Kota yang lebih baik lagi, hal tersebut yang dapat menjadi sinyal kepemimpinan kolaboratif Eri Cahyadi yang berbeda dengan kepemimpinan sebelumnya yang sebelumnya kaku sehingga dapat mengubah wajah dan sejarah kepemimpinan. Kesan tersebut dikonsepsi dan digunakan dalam membuat konten di Instagram, sehingga para pengikut dan publik mengetahui usaha, kepedulian dan kepemimpinan Eri Cahyadi sesuai dengan framing yang telah dibentuk.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian analisis isi kualitatif media sosial terhadap konten *impression management* dalam akun Instagram @ericahyadi_ , maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya sebatas meneliti permasalahan penggunaan Instagram yang dilakukan oleh Eri Cahyadi untuk membangun *impression management* di Instagram. Penelitian ini menganggap Instagram hanya sebagai panggung sandiwara sesuai dengan teori dramaturgi *Erving Goffman*. Berdasarkan batasan penelitian tersebut, peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan

dengan menganalisis *impression management* berdasarkan tinjauan atau strategi tentang *impression management* yang telah ada sebelumnya berdasarkan pendapat tokoh seperti strategi *impression management* milik Jones and Pittman yang terdiri dari lima kelas strategi *impression management* yakni Promosi Diri, Ingratiasi, Intimidasi, Suplikasi dan Eksemplifikasi.

2. Perlu adanya penelitian-penelitian lanjutan dengan topik yang sama dengan pengkajian yang lebih dalam agar semakin banyak literatur yang membahas tentang *impression management* yang dilakukan melalui media sosial Instagram, seperti penambahan dan penggunaan referensi atau tinjauan tentang *personal branding* sebagai acuan, pedoman dan landasan teoritis dalam melakukan analisis konten *impression management* dan *personal branding* adalah dua hal yang saling mempengaruhi dan berkaitan antara satu dengan yang lainnya.
3. Penelitian-penelitian lanjutan dengan topik yang sama juga disarankan untuk memperdalam analisis dan fokus penelitian dengan menganalisis respon publik atau komentar dalam konten yang diunggah oleh pejabat publik melalui media sosial Instagram. Hal tersebut dikarenakan publik sebagai audiens yang aktif di media sosial sehingga mampu untuk memberikan respon secara subjektif dari diri mereka sendiri.
4. Penelitian-penelitian lanjutan dengan topik yang sama dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan atau referensi dan

mengembangkan penelitian ini untuk diterapkan pada kasus yang berbeda dan dikembangkan dengan model yang baru.

5. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi sumbangsih bagi khasanah keilmuan dan khususnya pada bidang ilmu komunikasi.