

**TAKTIK *IMPRESSION MANAGEMENT* PRESIDEN  
JOKO WIDODO MELALUI AKUN *TWITTER*  
@JOKOWI**

**SKRIPSI**

**Oleh:  
Jovan Ibnu Filzi  
201510415178**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2019**

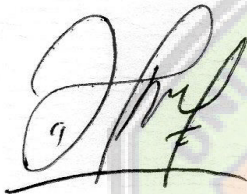
# LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Taktik *Impression Management* Presiden Joko Widodo Melalui Akun *Twitter @jokowi*  
Nama Mahasiswa : Jovan Ibnu Filzi  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415178  
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian : 18 Juli 2019

Jakarta, 25 Juli 2019

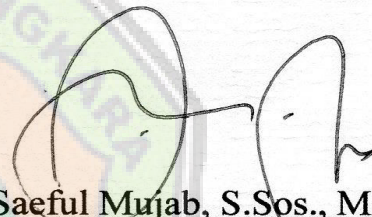
MENYETUJUI,

Pembimbing I



Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom  
NID 041310016

Pembimbing II



Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom  
NID 041310003

# LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Taktik *Impression Management* Presiden Joko Widodo Melalui Akun *Twitter* @jokowi  
Nama Mahasiswa : Jovan Ibnu Filzi  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415178  
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian : 18 Juli 2019

Jakarta, 25 Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Titis Nurwulan, S.Sos, M.I.Kom .....

NID. 00415090006

Penguji I : Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom .....

NID. 041310016

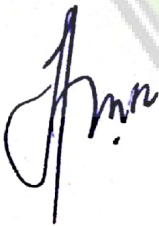
Penguji II : Ratna Puspita, S.Sos, M.Si .....

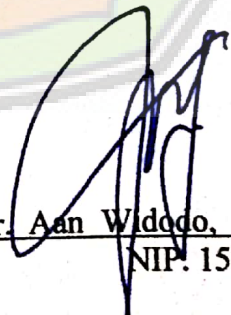
NID. 041606035

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

  
Nurul Fauziah, S. Sos., M.I.Kom  
NIP. 1602244

  
Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Taktik *Impression Management* Presiden Joko Widodo Melalui Akun *Twitter* @Jokowi**, ini merupakan hasil karya tulis penulis sendiri, tanpa mengandung materi yang ditulis dan dihasilkan orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi penulis gunakan dalam skripsi ini yang sumbernya telah penulis cantumkan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini untuk dipinjam dan digunakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasinya melalui internet, selama publikasi tersebut dalam portal website Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 25 Juli 2019

Yang membuat pernyataan



**Jovan Ibnu Filzi**

201510415178

## ABSTRAK

**Jovan Ibnu Filzi, 201510415178.** *Taktik Impression Management Presiden Joko Widodo Melalui Akun Twitter @jokowi.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan persentase taktik *impression management* dalam *tweet* milik Presiden Joko Widodo dalam akun *twitter @Jokowi*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif dengan menggunakan teori *Impression Management* milik Jones dan Pittman. Teknik pengambilan *sampling* dalam penelitian ini yaitu dengan cara *simple random sampling* dengan mengambil 84 *tweets* dari total 511 *tweets* Presiden Joko Widodo selama masa kampanye Pilpres 2019.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa taktik yang paling banyak digunakan oleh Presiden Joko Widodo adalah taktik *ingratiation* dengan persentase 39,29%, dimana ia ingin mendapatkan kesan positif dari masyarakat dengan menampilkan dirinya sebaik mungkin kepada publik, dengan cara menampilkan bahwa dirinya merupakan sosok yang ramah, murah hati, serta bersimpati kepada orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, bahwa persentase taktik *self promotion* sebesar 34,52%, *ingratiation* 39,29%, *exemplification* 25,00%, *intimidation* 1,19%, serta tidak adanya taktik *supplication* yang digunakan pada *tweets* Presiden Jokowi.

Kata Kunci: Taktik *Impression Management*, Presiden Joko Widodo, *Twitter*.

## ABSTRACT

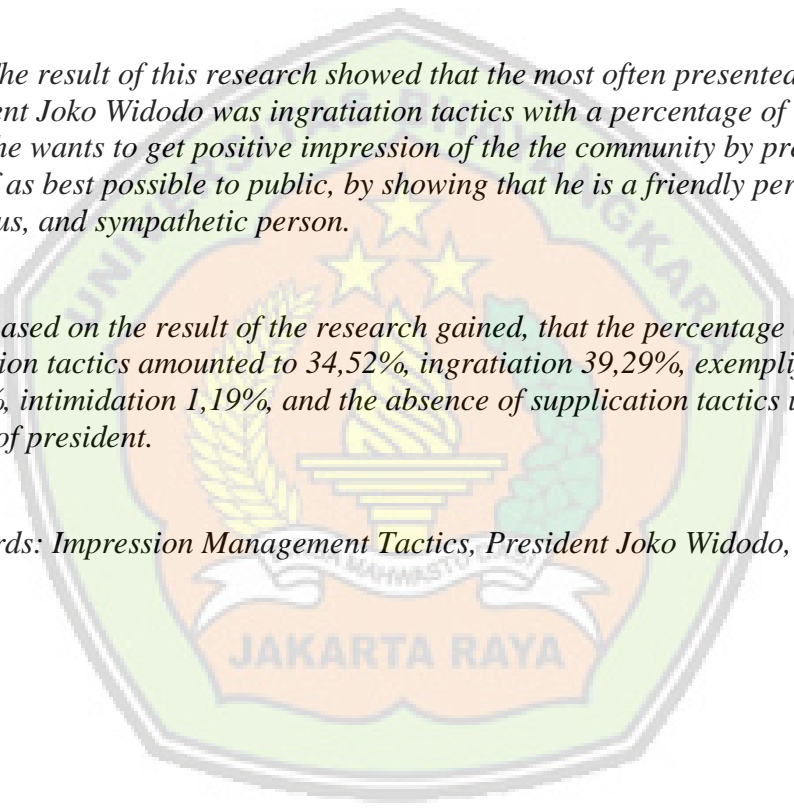
**Jovan Ibnu Filzi, 201510415178.** *The Tactics of Impression Management President Joko Widodo on Twitter Account @jokowi.*

*This research aims to determine the tendency percentage of impression management tactics in tweets President Joko Widodo in twitter account @jokowi. This research uses quantitative content analysis research methods and using impression management theories have Jones and Pittman. The sampling technique in this research uses simple random sampling by taking 84 tweets of a total 511 tweets during the presidential election 2019.*

*The result of this research showed that the most often presented tactics of President Joko Widodo was ingratiation tactics with a percentage of 39,29%, where he wants to get positive impression of the the community by presenting himself as best possible to public, by showing that he is a friendly person, generous, and sympathetic person.*

*Based on the result of the research gained, that the percentage of self promotion tactics amounted to 34,52%, ingratiation 39,29%, exemplification 25,00%, intimidation 1,19%, and the absence of supplication tactics used in the tweets of president.*

*Keywords: Impression Management Tactics, President Joko Widodo, Twitter.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Taktik *Impression Management* Presiden Joko Widodo Melalui Akun *Twitter* @Jokowi”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi, di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

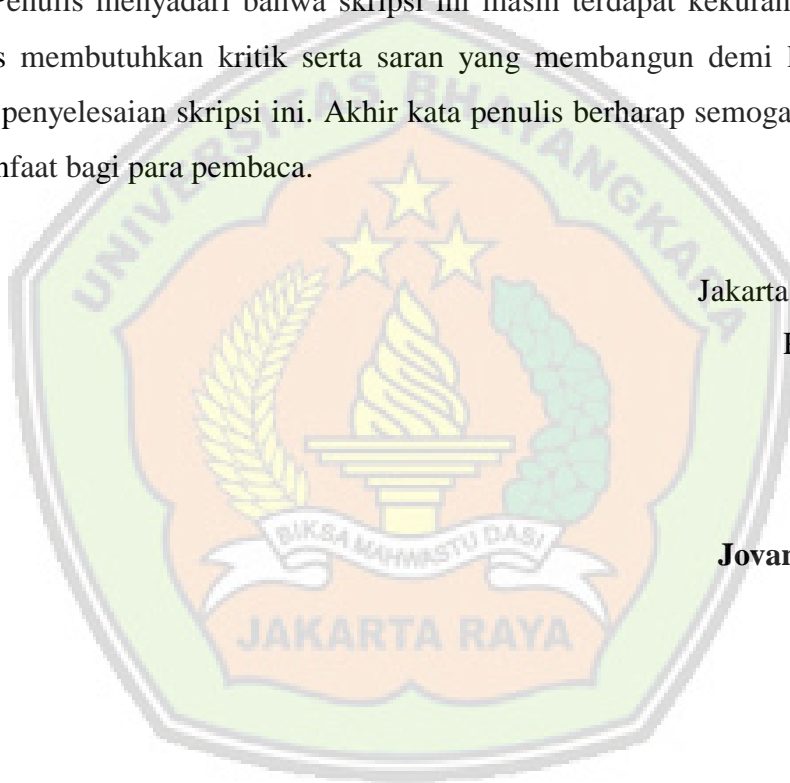
Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik yang bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih setulusnya kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah banyak memberikan petunjuk dan saran kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah banyak memberikan petunjuk dan saran kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang turut memberikan masukan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Kedua orang tua, Mama Ilnayati dan Papa Ronsi Filzi, serta adik kandung penulis Naila Aulia Filzi, yang selalu memberikan doa serta banyak memberikan dukungan moril, materil serta doa, sehingga penulis dapat

menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Serta juga kepada keluarga besar penulis yang turut memberikan doa dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman serta para sahabat penulis yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Serta teman-teman mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya angkatan 2015 yang telah memberikan semangat dan bersama-sama dalam proses pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, sehingga penulis membutuhkan kritik serta saran yang membangun demi kesempurnaan dalam penyelesaian skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca.



Jakarta, 25 Juli 2019

Penulis

**Jovan Ibnu Filzi**



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Identifikasi Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	8
1.5. Manfaat Penelitian .....	8
1.5.1. Manfaat Teoritis .....	8
1.5.2. Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1. Karya Ilmiah Terdahulu .....	9

2.2.	Kerangka Konsep .....	12
2.2.1.	Komunikasi.....	12
2.2.2.	<i>New Media</i> .....	12
2.2.3.	Media Sosial .....	13
2.2.4.	Media Sosial Untuk Politik.....	15
2.2.5.	<i>Public Relations</i> Politik.....	16
2.2.6.	<i>Twitter</i> .....	16
2.2.7.	Citra Diri.....	18
2.3.	Kerangka Teori .....	19
2.3.1.	Teori <i>Impression Management</i> .....	19
2.3.2.	Strategi <i>Impression Management</i> / Manajemen Kesan .....	21
2.4.	Kerangka Pemikiran .....	23
2.5.	Definisi Kategori .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>26</b>
3.1.	Paradigma Penelitian.....	26
3.2.	Metodologi Penelitian.....	27
3.2.1.	Analisis Isi .....	27
3.3.	Variabel dan Operasional Variabel.....	28
3.3.1.	Variabel .....	28
3.3.2.	Operasional Variabel .....	29
3.4.	Populasi dan Sampling .....	30
3.4.1.	Populasi .....	30
3.4.2.	Sampling.....	31
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.6.	Metode Pengukuran.....	33

3.6.1. Kategori <i>Impression Management</i> .....	34
3.7. Unit Observasi dan Unit Analisis .....	34
3.8. Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.8.1. Validitas.....	34
3.8.2. Reliabilitas .....	35
3.9. Subjek dan Objek Penelitian.....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	37
4.1.1. Gambaran Umum Penelitian.....	37
4.1.2. <i>Twitter</i> Presiden Joko Widodo .....	38
4.1.3. Deskripsi Data <i>Tweets</i> .....	39
4.1.4. <i>Tweets</i> Presiden Joko Widodo.....	41
4.1.5. Hasil Uji Reliabilitas .....	44
4.2. Temuan Data.....	46
4.2.1. Taktik <i>Self Promotion</i> .....	47
4.2.2. Taktik <i>Ingratiation</i> .....	52
4.2.3. Taktik <i>Exemplification</i> .....	59
4.2.4. Taktik <i>Intimidation</i> .....	63
4.2.5. Taktik <i>Supplication</i> .....	64
4.3. Pembahasan .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran .....	69
5.2.1. Saran Praktis .....	69
5.2.2. Saran Akademis .....	69

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran.....	24
Bagan 4.1. Jumlah Taktik <i>Impression Management</i> .....	65
Bagan 4.2. Persentase Taktik <i>Impression Management</i> .....	65



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Karya Ilmiah Terdahulu .....	9
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2. Kategori <i>Impression Management</i> .....	34
Tabel 4.1. <i>Tweet</i> Berdasarkan Bentuk <i>Tweet</i> .....	40
Tabel 4.2. <i>Tweet</i> Berdasarkan Sifat <i>Tweet</i> .....	41
Tabel 4.3. Jumlah <i>Tweet</i> Dalam Hitungan Bulan .....	41
Tabel 4.4. Sampel <i>Tweets</i> Presiden Joko Widodo .....	42
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4.6. Taktik <i>Impression Management</i> Presiden Jokowi .....	47
Tabel 4.7. <i>Tweet</i> Taktik <i>Self Promotion</i> .....	47
Tabel 4.8. Persentase Taktik <i>Self Promotion</i> .....	52
Tabel 4.9. <i>Tweet</i> Taktik <i>Ingratiation</i> .....	53
Tabel 4.10. Persentase Taktik <i>Ingratiation</i> .....	59
Tabel 4.11. <i>Tweet</i> Taktik <i>Exemplification</i> .....	59
Tabel 4.12. Persentase Taktik <i>Exemplification</i> .....	63
Tabel 4.13. <i>Tweet</i> Taktik <i>Intimidation</i> .....	64
Tabel 4.14. Persentase Taktik <i>Intimidation</i> .....	64

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1. <i>Twitter</i> Presiden Joko Widodo 2019 .....	38
Gambar 4.2. <i>Twitter</i> Presiden Joko Widodo 2015 .....	39



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Form Perbaikan Skripsi
- Lampiran 2: Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 3: Kartu Bimbingan 1 & 2
- Lampiran 4: *Tweets* Akun *Twitter* Presiden Joko Widodo
- Lampiran 5: Hasil Analisis *Tweets*

