

***IMPRESSION MANAGEMENT PENYANYI NIKI
MELALUI AKUN INSTAGRAM @NIKIZEFANYA***

SKRIPSI

Oleh :

Ahmad Fauzan

201810415108



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

***IMPRESSION MANAGEMENT PENYANYI NIKI
MELALUI AKUN INSTAGRAM @NIKIZEFANYA***

SKRIPSI

Oleh :

Ahmad Fauzan

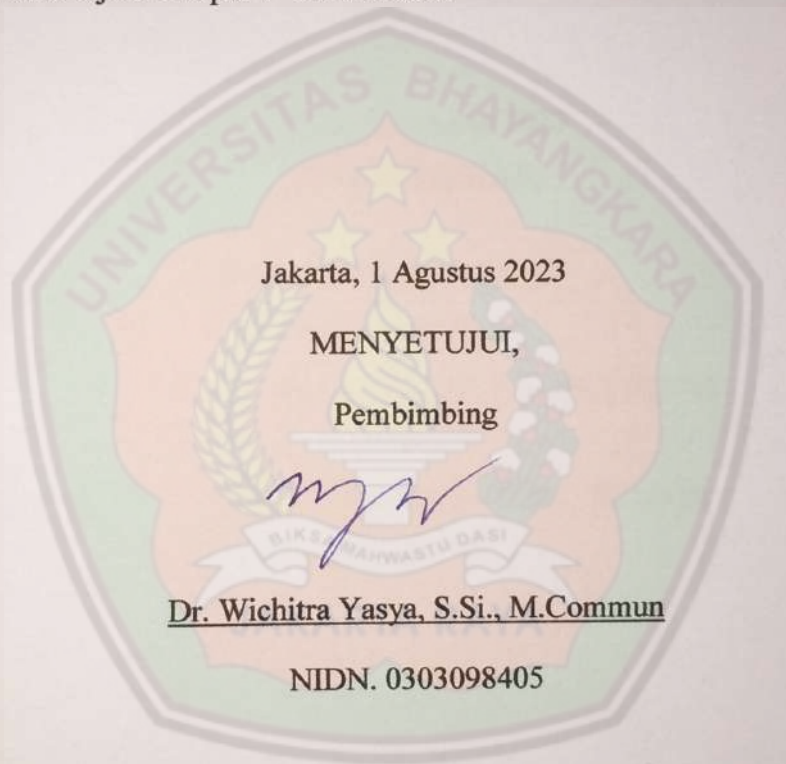
201810415108



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : *Impression Management* Penyanyi Niki Melalui Akun *Instagram @Nikizefanya*
Nama Mahasiswa : Ahmad Fauzan
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415108
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Impression Management* Penyanyi Niki Melalui Akun Instagram @Nikizefanya
Nama Mahasiswa : Ahmad Fauzan
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415108
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 1 Agustus 2023

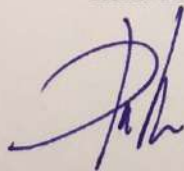
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dina Kristina, M.Si
NIDN. 0313088106
Penguji : Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun
NIDN. 0303098405
Sekretaris Penguji : Pagi Muhammad, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0310038403

.....
myw
.....
Pagi
.....

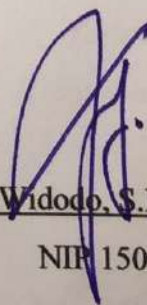
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos, M.Si
NIP 2109527

Dekan Fakultas
Ilmu Komunikasi



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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “ *Impression Management Penyanyi Niki Melalui Akun Instagram @Nikizefanya*”. Penelitian ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dicantumkan secara jelas dan sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

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

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 1 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Ahmad Fauzan

201810415108

ABSTRAK

Ahmad Fauzan 201810415108. *Impression Management* Penyanyi Niki Melalui Akun *Instagram* @Nikizefanya.

Impression Management, cara seseorang untuk menyampaikan dan mempresentasikan dirinya untuk mendapatkan impresi yang diinginkan. *Impression Management* memiliki lima strategi yaitu yaitu *Ingratiation*, *Intimidation*, *Self-Promotion*, *Exemplification*, dan *Supplication*. Tujuan penelitian, mengetahui taktik *Impression Management* yang dilakukan Niki melalui akun *Instagram* @nikizefanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa akun *Instagram* Niki Zefanya menunjukkan adanya 4 taktik dari 5 taktik *Impression Management*. Taktik *Impression Management* yang ada pada akun niki yaitu *Ingratiation*, *Self-Promotion*, *Exemplification*, dan *Supplication*, sedangkan taktik *Intimidation* tidak terdapat pada akun Niki karena postingan Niki tidak menunjukkan sesuatu yang mengancam pihak lain yang menimbulkan efek negatif.

Kata Kunci: *Impression Management*, Taktik, *Instagram*

ABSTRACT

Ahmad Fauzan 201810415108. *Impression Management of Singer Niki Through Instagram Account @Nikizefanya.*

Impression Management, a way for someone to convey and present himself to get the desired impression. Impression Management has five strategies, Ingratiation, Intimidation, Self-Promotion, Exemplification, and Supplication. The purpose of the study was to find out the Impression Management tactics carried out by Niki through @nikizefanya Instagram account. This study used a qualitative approach with data collection techniques using observation, documentation, and interviews. The conclusion of this study is that Niki Zefanya's Instagram account shows 4 tactics out of 5 Impression Management tactics. The Impression Management tactics on Niki's account are Ingratiation, Self-Promotion, Exemplification, and Supplication, while the Intimidation tactics are not available on Niki's account because Niki's posts do not show anything that threatens other parties that cause negative effects.

Keywords: *Impression Management, Tactics, Instagram*

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT, atas tersusunnya skripsi ini yang berjudul “ *Impression Management* Penyanyi Niki Melalui Akun *Instagram @nikizefanya*”. Pada proses penyusunan penelitian ini, tentunya tidak akan selesai jika tidak adanya dukungan, do’a, serta bantuan dari pihak yang terlibat, saya selaku penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, yang selalu memberikan dukungan serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan yang baik ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun., yang telah memberikan arahan, yang sangat berarti dalam penyusunan penelitian ini.
5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Saya selaku penulis sangat berharap penelitian ini bisa bermanfaat untuk semua orang. Tak lupa penulis memerlukan kritikan dan saran yang bersifat membangun untuk meningkatkan dan memperluas pemahaman bagi para pembaca penelitian ini.

Jakarta, 1 Agustus 2023

Penulis,



Ahmad Fauzan

NPM : 201810415108

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Aspek Kegunaan Teoritis	10
1.5.2 Aspek Kegunaan Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kerangka Konsep	20
2.2.1 Komunikasi.....	20
2.2.2 <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>	22
2.2.3 Media Baru	22
2.2.4 Media Sosial	23

2.2.5 <i>Instagram</i>	24
2.2.6 Publik Figur	25
2.2.7 <i>Personal Branding</i>	25
2.3 Kerangka Teori.....	26
2.3.1 <i>Impression Management</i>	26
2.4 Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian.....	30
3.2 Jenis Penelitian	30
3.3 Metode Penelitian.....	31
3.4 Subjek Penelitian.....	31
3.5 Unit Analisis.....	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
3.8 Triangulasi.....	34
3.9 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Deskripsi Umum Akun <i>Instagram</i> @nikizefanya	36
4.1.2 Hasil Observasi dan Wawancara	37
4.2 Pembahasan	52
4.2.1 <i>Impression Management</i> pada Akun <i>Instagram</i> @nikizefanya	53
BAB V PENUTUP.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbandingan Akun Dengan Followers Terbanyak Di Instagram	4
Tabel 1.2. Perbandingan Prestasi Antara Penyanyi Solo Wanita Indonesia	7
Tabel 2.1. Penelitian Serupa Terdahulu	15
Tabel 3.1. Subjek Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Unit Analisis	32
Tabel 3.3 Informan Penelitian.....	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Spotify di Dunia Tahun 2020-20221	
Gambar 1.2. Jumlah Pengguna Instagram di dunia pada tahun 2022	3
Gambar 1.3. Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia sampai Agustus 2022	3
Gambar 1.4. Prestasi Niki yang Menjadi Perbincangan di Media Sosial	6
Gambar 1.5. Postingan Instagram Niki yang Mengangkat Tema Indonesia.....	8
Gambar 1.6. Profil Instagram Akun @nikizefanya.....	9
Gambar 4.1. Profil Akun Instagram @nikizefanya.....	36
Gambar 4.2. Postingan akun Instagram @nikizefanya	37
Gambar 4.3. Postingan akun Instagram @nikizefanya	38
Gambar 4.4. Postingan akun Instagram @nikizefanya	38
Gambar 4.5. Postingan akun Instagram @nikizefanya	39
Gambar 4. 6 Postingan akun Instagram @nikizefanya	40
Gambar 4.7. Postingan akun Instagram @nikizefanya	40
Gambar 4.8. Postingan akun Instagram @nikizefanya	43
Gambar 4.9. Postingan akun Instagram @nikizefanya	44
Gambar 4.10. Postingan akun Instagram @nikizefanya	44
Gambar 4.11. Postingan akun Instagram @nikizefanya	45
Gambar 4.12. Postingan akun Instagram @nikizefanya	46
Gambar 4.13. Postingan akun Instagram @nikizefanya	47
Gambar 4.14. Postingan akun Instagram @nikizefanya	49
Gambar 4.15. Postingan akun Instagram @nikizefanya	51
Gambar 4.16. Postingan akun Instagram @nikizefanya	53
Gambar 4.17. Postingan akun Instagram @nikizefanya	56

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa
- Lampiran 2 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 : Pedoman Observasi
- Lampiran 4 : Tabel Reduksi
- Lampiran 5 : Dokumentasi
- Lampiran 6 : Kartu Bimbingan
- Lampiran 7 : Form Perbaikan

